### МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет» Институт технологии, экономики и сервиса Кафедра управления персоналом и экономики в сфере образования

Приложение к программе учебной дисциплины

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Маркетинг образовательных услуг»

Направление 44.03.05 «Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)»

Профили «Экономика», «Математика»

очная форма обучения

Заведующий кафедрой

Волгоград 2021

### 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

# 1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

- 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);
- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

### Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компе- тенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально- практической подготовки
УК-2	Анализ хозяйственной деятельности образовательного учреждения, Национальная экономика, Нормативно-правовое регулирование образовательной деятельности, Патриотическое воспитание современных школьников, Планирование и управление образовательными процессами, Профориентационная работа в старших классах, Экономика образовательной организации, Экономическая теория	Коммерческая деятельность, Маркетинг образовательных услуг, Мотивация и стимулирование трудовой деятельности, Основы менеджмента, Основы предпринимательской деятельности, Основы управления персоналом, Социальная защита трудящихся и социальные стандарты, Экономика малого бизнеса, Экономика отраслевых рынков	
УК-4	ИКТ и медиаинформационная грамотность, Иностранный язык, Речевые практики	Маркетинг образовательных услуг, Основы делопроизводства	Учебная (ознакомительная) практика по математике, Учебная (технологическая) практика
УК-5	Героика Отечества: от Древней Руси к	Маркетинг образовательных услуг,	

современной России,	Мотивация и
Историко-культурное	стимулирование
наследие Волгоградской	трудовой деятельности,
области, История	Основы управления
(история России,	персоналом,
всеобщая история),	Социальная защита
История экономики и	трудящихся и
экономических учений,	социальные стандарты
Культурология,	
Межэтнические	
отношения в	
современной России,	
Управление	
конфликтами в	
образовательной	
организации,	
Философия	

# 1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

# Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения учебной дисциплины

Nº	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Сущность и особенности	УК-2, УК-4-5	знать:
	маркетинга в сфере		– основные понятия теории
	образования		маркетинга и рыночной экономики;
			уметь:
			– адаптировать общие теории и
			методики к маркетингу в сфере
			образования;
			– анализировать внешние и
			внутренние факторы,
			определяющие положение
			образовательного учреждения на
			образовательном рынке и
			перспективы развития;
			владеть:
			<ul> <li>приемами разработки плана</li> </ul>
			маркетинга образовательных услуг;
			– навыками проектирования
			стратегического развития
			образовательного учреждения на
			основе маркетинговых подходов;
2	Сущность образовательного	УК-2, УК-4-5	знать:
	продукта. Маркетинговая		– основные законы и принципы

		www.anvoyvea.v		HOOTING AND
исследования на рынке образовательных услуг      образовательных услуг      образовательных услуг      параметры и характеристики; уметь:				
образовательных услуг     образовательной услуги, ее параметры и характеристики; уметь:		-		-
образовательной услуги, ее параметры и характеристики; уметь: — сегментировать рынок образовательных рулуг; — осуществлять маркетинговые исследования, паправленных рулуг, образовательных услуг, образовательных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения па основе маркетинговых подходов;  Знать: — основные закопы и прищины построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения; — отличительные особенности образовательных услуг, — осуществлять маркетинговые исследования, паправленных услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, паправленные на изучение рынка образовательных услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, паправленных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения по основе маркетинговых подходов;  знать:				1 5 5
параметры и характеристики; умсть:		образовательных услуг		– отличительные особенности
уметь:				образовательной услуги, ее
уметь:				параметры и характеристики;
образовательных услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных услуг; образовательных услуг; образовательных услуг; образовательных услуг; от павыками проектирования стратегического развития образовательных услуг; — павыками проектирования стратегического развития образовательных услуг; — павыками проектирования стратегического развития образовательных услуг; — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельного учреждения; — отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики; уметь: — сегментировать рынок образовательных услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательных основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг; — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов; знать: — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельного учреждения на основе маркетинговой деятельного учреждения;				-
				1 - 1
исследования, направленные на изучение рынка образова-тельных услуг, образовательных потребностей; владеть:  — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов; знать: — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения; — отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики; уметь: — сегментировать рынок образовательных услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, направленые на изучение рынка образовательных услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, направленые на изучение рынка образовательных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов; знать:  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг; — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				
изучение рынка образовательных услуг, образовательных потребностей; владсть:   приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг, — навыками проектирования стратегического развития образовательных услуг — навыками проектирования стратегического развития образовательных услуг — навыками проектирования стратегического развития образовательных услуг — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения; — отличительные особенности образовательных услуг, — осуществленых услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, направленных потребностей; владеть:   приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов; знать: — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов; знать: — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения; — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				1 -
услуг, образовательных потребностей; владеть:  — присмами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательных услуг  — навыками проектирования образовательных услуг;  — навыками проектирования образовательных подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;  — отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики; умсть:  — сегментировать рынок образовательных услуг;  — осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных услуг; образовательных потребностей; владеть:  — присмами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				1 · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
Потребностей; Владеть: - приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг; - навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  3 Ценовая политика на рынке образовательных услуг  3 Ценовая политика на рынке образовательных услуг  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг  5 Нать: - основные законы и принципы построения маркетинговой деятельных услуг; - осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных услуг; - навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  3 нать: - основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  3 нать: - основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  3 нать: - основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  3 нать: - основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  3 нать: - основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  3 нать: - основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				1 - 1
Владеть:				, , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
Применение комплекса маркетинта на рынке образовательных услуг      Применение комплекса маркетинта на рынке образовательных услуг учреждения;      Применение комплекса маркетинта на рынке образовательного учреждения на основе маркетинтовой деятельности образовательного учреждения;				потребностей;
Маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  Знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;  — отличительные особенности образовательных услуг;  — оглентировать рынок образовательных услуг;  — осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных потребностей; владеть:  — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы постребностей; владеть:  — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:				владеть:
Маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  Знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;  — отличительные особенности образовательных услуг;  — оглентировать рынок образовательных услуг;  — осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных потребностей; владеть:  — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы постребностей; владеть:  — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговых подходов;  знать:				<ul> <li>приемами разработки плана</li> </ul>
				= =
Деновая политика на рынке образовательных услуг      УК-2, УК-4-5     Деновая политика на рынке образовательных услуг      УК-2, УК-4-5     Деновая политика на рынке образовательных услуг     Основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;     Отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики; уметь:     Сегментировать рынок образовательных услуг;     Осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образова-тельных услуг, образовательных потребностей; владеть:     Применение комплекса маркетинга образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;      Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг     Оновные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				
Деновая политика на рынке образовательных услуг      — основе маркетинговой деятельности образовательного учреждения;      — отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики; уметь:      — сегментировать рынок образовательных услуг;      — осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных услуг, образовательных потребностей; владеть:      — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;      — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;      Знать:      — основеные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				
основе маркетинговых подходов;  3 Ценовая политика на рынке образовательных услуг  УК-2, УК-4-5  образовательных услуг  УК-2, УК-4-5  знать:  основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;  отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики; уметь:  сетментировать рынок образовательных услуг;  осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных услуг, образовательных потребностей; владеть:  приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг  образовательных услуг  УК-2, УК-4-5  знать:  основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				-
Занать:				
образовательных услуг  - основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения; - отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики; уметь: - сегментировать рынок образовательных услуг; - осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных услуг, образовательных потребностей; владеть: - приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг; - навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг - основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;	2	11	VICO VICA 5	-
построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;	3	•	УК-2, УК-4-5	
деятельности образовательного учреждения; — отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики; уметь: — сегментировать рынок образовательных услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образова-тельных услуг, образовательных услуг, образовательных услуг, образовательных услуг; — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;		образовательных услуг		<u>-</u>
учреждения;				
				деятельности образовательного
образовательной услуги, ее параметры и характеристики; уметь:  — сегментировать рынок образовательных услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образова-тельных услуг, образовательных потребностей; владеть:  — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				учреждения;
параметры и характеристики; уметь:  — сегментировать рынок образовательных услуг; — осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образова-тельных услуг, образовательных потребностей; владеть: — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг; — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				– отличительные особенности
уметь:				образовательной услуги, ее
уметь:				параметры и характеристики;
- сегментировать рынок образовательных услуг; - осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образова-тельных услуг, образовательных потребностей; владеть: - приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг; - навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг    — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				уметь:
образовательных услуг;  осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образова-тельных услуг, образовательных потребностей; владеть:  приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  Ирименение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг  УК-2, УК-4-5  Знать:  основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				,
				± ±
исследования, направленные на изучение рынка образова-тельных услуг, образовательных потребностей; владеть:  — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг  — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				
изучение рынка образова-тельных услуг, образовательных потребностей; владеть:  — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг  — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				1 -
услуг, образовательных потребностей; владеть:  — приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг  — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				· •
потребностей; владеть:				
Владеть:				, , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
<ul> <li>приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;         <ul> <li>навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;</li> </ul> </li> <li>Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг</li> <li>УК-2, УК-4-5</li> <li>знать:         <ul> <li>основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;</li> </ul> </li> </ul>				-
маркетинга образовательных услуг;  — навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг  — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				
<ul> <li>навыками проектирования стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;</li> <li>Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг</li> <li>УК-2, УК-4-5</li> <li>знать:         <ul> <li>основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;</li> </ul> </li> </ul>				= =
стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг Ябильности образовательного учреждения;				маркетинга образовательных услуг;
образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг Образовательных услуг Построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				– навыками проектирования
образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг Образовательных услуг Построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				стратегического развития
основе маркетинговых подходов;  4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг УК-2, УК-4-5 знать:  — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				-
4 Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг УК-2, УК-4-5 знать: — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;				1 - 1
маркетинга на рынке — основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;	4	Применение комплекса	УК-2 УК-4-5	
образовательных услуг построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;		-	, 2	
деятельности образовательного учреждения;		•		<u>-</u>
учреждения;		oopusobulesibiibix yesiyi		
				-
і — і — отличительные осооенности				* ± '
образовательной услуги, ее				
параметры и характеристики;				
уметь:				уметь:
<ul><li>– сегментировать рынок</li></ul>				– сегментировать рынок

образовательных услуг;
– осуществлять маркетинговые
исследования, направленные на
изучение рынка образова-тельных
услуг, образовательных
потребностей;
владеть:
– приемами разработки плана
маркетинга образовательных услуг;
– навыками проектирования
стратегического развития
образовательного учреждения на
основе маркетинговых подходов;

### Критерии оценивания компетенций

Код компе- тенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
УК-2	Способен планировать только основные направления, этапы реализации проекта без учета условий профессиональной деятельности. Демонстрирует недостаточно полное знание основ нормативноправовой деятельности, методологических основ принятия решения. Может находить способы решения задач для реализации проекта, не в полной мере учитывая нормативноправовую базу, имеющиеся ресурсы и	Способен планировать основные направления, этапы реализации проекта, определяя цель с учетом условий профессиональной деятельности. Демонстрирует достаточно полное знание основ нормативно- правовой деятельности, методологических основ принятия решения. Может самостоятельно находить эффективные способы решения задач для реализации проекта с учетом нормативно-	Способен планировать основные направления, этапы реализации проекта и их содержание, определяя цели конкретизируя задачи проекта с учетом условий профессиональной деятельности. Демонстрирует всестороннее, системное знание основ нормативно-правовой деятельности, методологических основ принятия решения. Проявляет полную самостоятельность и творческий подход при выборе оптимальных способов достижения задач, этапов проектов с учетом действующих правовых норм и имеющихся условий, ресурсов и ограничений.
	ограничения.	правовой базы, имеющихся ресурсов и ограничений.	
УК-4	Имеет общие теоретические представления о	Имеет достаточно хорошие теоретические	Имеет глубокие теоретические знания о формах и принципах взаимодействия в сфере

формах и принципах взаимодействия в сфере официальных отношений, правилах построения устных и письменных высказываний на государственном и иностранном языках. Демонстрирует умение вести коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке и не менее чем на одном иностранном языке, не в полной мере соблюдая деловой этикет и/или без учета стилистической дифференциации. Слабо владеет навыками использования ИКТ для реализации делового общения. Имеет общие

знания о формах и принципах взаимодействия в сфере официальных отношений, правилах построения устных и письменных высказываний на государственном и иностранном языках. Демонстрирует хорошее умение вести коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке и не менее чем на одном иностранном языке с соблюдением лелового этикета и/или с учетом стилистической дифференциации. Хорошо владеет навыками использования ИКТ для реализации делового общения.

официальных отношений, правилах построения устных и письменных высказываний на государственном и иностранном языках. Демонстрирует умение свободно вести коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке и не менее чем на одном иностранном языке с соблюдением делового этикета и с учетом стилистической дифференциации. Свободно и уверенно владеет навыками использования ИКТ для реализации делового общения.

УК-5

теоретические представления о природе гуманитарного знания, необходимые для анализа культур современного общества. Слабо владеет способами анализа подходов к объяснению проблем современности с учетом этических позиций и философских знаний. Может выделять только общие принципы без выделения

Имеет достаточно хорошие теоретические знания основ гуманитарного знания, необходимые для анализа культур современного общества. Хорошо владеет способами анализа подходов к объяснению проблем современности с учетом этических позиций и философских знаний. Демонстрирует хорошее понимание

способов

Имеет глубокие теоретические знания основ гуманитарного знания, необходимые для анализа культур современного общества. Свободно и уверенно владеет способами анализа подходов к объяснению проблем современности с учетом этических позиций и философских знаний. Демонстрирует системное знание процесса социально-исторического развития цивилизаций.

особенных условий	выделения общих
социально-	принципов и
исторического	особенных условий
развития	социально-
цивилизаций.	исторического
	развития
	цивилизаций.

## Оценочныесредстваи шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Устный опрос	30	УК-2, УК-4-5	4
2	Контрольная работа	20	УК-2, УК-4-5	4
3	Реферат	10	УК-2, УК-4-5	4
4	Экзамен	40	УК-2, УК-4-5	4

Итоговая оценка по дисциплине определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в течение семестра и период промежуточной аттестации.

Оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» выставляется с учётом требований следующей шкалы:

- «отлично» от 91 до 100 баллов теоретическое содержание курса освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
- «хорошо» от 76 до 90 баллов теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
- «удовлетворительно» от 61 до 75 баллов теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, но не высокого качества.
- «неудовлетворительно» 60 и менее баллов теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

### 2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Данный раздел содержиттиповые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Описание каждого оценочного средства содержит методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Перечень оценочных средств, материалы которых представлены в данном разделе:

- Устный опрос
   Контрольная работа
   Реферат
   Экзамен