

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине

«Управление стратегической деятельностью и развитием туризма»

для направления подготовки/специальности 43.04.02 Туризм

Направленность программы: Организация и управление турбизнесом

1. Описание показателей (дескрипторов) и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Контроль качества освоения дисциплины (модуля) включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Компетенции	Показатели (дескрипторы)	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточная аттестация)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
ОПК-2. Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	Знать	методологию прогнозирования и планирования туристской деятельности;	основные принципы и инструменты оперативного и стратегического планирования;	методологию прогнозирования и планирования туристской деятельности; основные принципы и инструменты оперативного и стратегического планирования;	Теоретические вопросы
	Уметь	анализировать существующие модели планирования в сфере туризма;	применять существующие методы стратегического планирования и оценки деятельности предприятия в сфере туризма;	анализировать существующие модели планирования в сфере туризма; применять существующие методы стратегического планирования и оценки деятельности предприятия в сфере туризма;	Теоретические вопросы
	Владеть	навыками организационного проектирования деятельности организаций туристской сферы	методами прогнозирования и планирования в индустрии туризма;	навыками организационного проектирования деятельности организаций туристской сферы; методами прогнозирования и планирования в индустрии туризма;	Теоретические вопросы

ПК-1. Способен разрабатывать концепцию и стратегию развития предприятий сферы туризма	Знать	современные концепции стратегического управления сложными системами;	современные концепции стратегического управления сложными системами;	современные концепции стратегического управления сложными системами;	Теоретические вопросы
	Уметь	работать в команде;	организовывать работу в командном стратегическом проекте;	работать в команде и организовывать работу в командном стратегическом проекте;	Теоретические вопросы
	Владеть	навыками работ по подготовке стратегических изменений;	навыками применения выявленных потенциалов, зависимостей и рисков развития системы для выработки стратегических рекомендаций	навыками работ по подготовке стратегических изменений; навыками применения выявленных потенциалов, зависимостей и рисков развития системы для выработки стратегических рекомендаций	Теоретические вопросы
ПК-2. Способен разрабатывать стратегический план развития предприятий сферы туризма	Знать	содержание стратегического планирования в сфере туризма;	систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристкой индустрии;	содержание стратегического планирования в сфере туризма; систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристкой индустрии;	Теоретические вопросы
	Уметь	определять перспективные направления развития туристской деятельности на основе анализа факторов внешней и внутренней среды;	прогнозировать развитие туристской индустрии;	определять перспективные направления развития туристской деятельности на основе анализа факторов внешней и внутренней среды; прогнозировать развитие туристской индустрии;	Теоретические вопросы
	Владеть	навыками разработки стратегии развития туристического предприятия на основе принципов стратегического планирования	навыками разработки стратегических планов развития предприятий туристкой сферы	навыками разработки стратегии развития туристического предприятия на основе принципов стратегического планирования; навыками разработки стратегических планов развития предприятий туристкой сферы	Теоретические вопросы

2. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

2.1. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля), компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Содержание и принципы стратегического планирования	ОПК-2, ПК-1, ПК-2	Выступление с презентацией/устное сообщение с предоставлением тезисов
2	Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ	ОПК-2, ПК-1, ПК-2	Выступление с презентацией/устное сообщение с предоставлением тезисов
3	Основные этапы стратегического планирование на уровне туристического предприятия	ОПК-2, ПК-1, ПК-2	Выступление с презентацией/устное сообщение с предоставлением тезисов
4	Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы	ОПК-2, ПК-1, ПК-2	Выступление с презентацией/устное сообщение с предоставлением тезисов
5	Конкурентный анализ в стратегическом планировании	ОПК-2, ПК-1, ПК-2	Выступление с презентацией/устное сообщение с предоставлением тезисов
6	Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях	ОПК-2, ПК-1, ПК-2	Выступление с презентацией/устное сообщение с предоставлением тезисов

7	Итоговый контроль по дисциплине	ОПК-4, ПК-1	Вопросы к зачету
---	---------------------------------	-------------	------------------

Критерии и шкала оценивания выступлений с презентацией/устного сообщения

Средством оценки ответов на практических занятиях является выступление с презентацией или устное сообщение (доклад).

Доклад – один из видов монологической речи, публичное, развёрнутое, официальное, сообщение по определённому вопросу.

Алгоритм подготовки доклада:

1. Определить тему и цель доклада.
2. Подобрать необходимый материал.
3. Составить план доклада.
4. Написать текст доклада (по необходимости).
5. Подготовить тезисы выступления.

6. Отрепетировать доклад в соответствии с критериями оценивания. Требования к работе:

1. Строеие доклада имеет три части: *вступление, основную часть и заключение*. Во вступлении указывается: тема доклада, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема, и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы

2. Изложение материала должно быть связным, последовательным, эмоциональным, выразительным, доказательным, лишенным ненужных отступлений и повторений.

3. Соблюдение регламента выступления. На выходе мы имеем составленный устный текст, представляющий собой публичное развернутое, глубокое изложение определенной темы.

Критерии оценивания доклада

Критерий 1 Обзор источников информации		
1.	Дан исчерпывающий, глубокий обзор использованных источников информации	2
2.	Обзор использованных источников информации носит поверхностный характер	1
3.	Обзор использованных источников информации не осуществлен	0
Критерий 2. Логика изложения материала		
1.	Материал изложен связно, последовательно.	2
2.	Материал изложен недостаточно связно / последовательно.	1
3.	Материал изложен несвязно / непоследовательно.	0
Критерий 3. Убедительность сформулированных выводов		
1.	Сделаны выводы, которые сформулированы чётко и убедительно.	2
2.	Сделаны не все выводы / сделанные выводы сформулированы недостаточно четко.	1
3.	Выводы не сформулированы.	0
Критерий 4 . Качество выступления с докладом		

1.	Речь автора соответствует требованиям выступления, автору удалось заинтересовать аудиторию, выступление не вышло за рамки регламента.	3
2.	Речь автора соответствует требованиям выступления, автору удалось заинтересовать аудиторию, выступление вышло за рамки регламента.	2
3.	Речь автора не полностью соответствует требованиям выступления, автору не удалось заинтересовать аудиторию, выступление не вышло за рамки регламента.	1
4.	Речь автора не соответствует требованиям выступления, автору не удалось заинтересовать аудиторию, он вышел за рамки регламента.	0

Шкала перевода в оценку

9 баллов	5
8-7 баллов	4
6-5 баллов	3
меньше 5 баллов	2

Презентация (от лат. *praesento* – представление) – документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо (организации, продукта, информации по проблеме и т.п.). Цель презентации – донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

Общие правила оформления презентаций

Общие требования:

1. На слайдах должны быть только тезисы, ключевые фразы и графическая информация (рисунки, графики и т.п.) – они сопровождают подробное изложение мыслей докладчика, но не наоборот;
2. Количество слайдов должно быть не более 20;
3. При докладе рассчитывайте, что на один слайд должно уходить в среднем 1,5 минуты;
4. Не стоит заполнять слайд большим количеством информации. Наиболее важную информацию желательно помещать в центр слайда;
5. По желанию можно раздать слушателям бумажные копии презентации.

Примерный порядок слайдов:

- 1 слайд – Титульный (организация, название работы, автор, руководитель, рецензент, дата);
- 2 слайд – Вводная часть (постановка проблемы, актуальность и новизна, на каких материалах базируется работа);
- 3 слайд – Цели и задачи работы;
- 4 слайд – Методы, применяемые в работе;
- 5...n слайд – Основная часть;
- n+1 слайд – Заключение (выводы);
- n+2 слайд – Список основных использованных источников;

n+3 слайд – Спасибо за внимание! (подпись, возможно выражение благодарности тем, кто руководил, рецензировал и/или помогал в работе).

Правила шрифтового оформления:

1. Рекомендуется использовать шрифты с засечками (**Georgia, Palatino, Times New Roman**);
2. Размер шрифта: 24-54 пункта (заголовок), 18-36 пунктов (обычный текст);
3. Курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы используются для смыслового выделения ключевой информации и заголовков;
4. Не рекомендуется использовать более 2-3 типов шрифта;
5. Основной текст должен быть отформатирован по ширине, на схемах – по центру

Правила выбора цветовой гаммы:

1. Цветовая гамма должна состоять не более чем из 2 цветов и выдержана во всей презентации. Основная цель – читаемость презентации;
2. Желателен одноцветный фон неярких пастельных тонов (например, светло-зеленый, светло-синий, бежевый, светло-оранжевый и светло-желтый);
3. Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться, белый текст на черном фоне читается плохо);
4. Оформление презентации не должно отвлекать внимания от её содержания.

Графическая информация:

1. Рисунки, фотографии, диаграммы должны быть наглядными и нести смысловую нагрузку, сопровождаться названиями;
2. Изображения (в формате **jpg**) лучше заранее обработать для уменьшения размера файла;
3. Размер одного графического объекта – не более 1/2 размера слайда;
4. Соотношение текст-картинки – 2/3 (текста меньше чем картинок).

Анимация:

1. Анимация используется только в случае необходимости.

Критерии оценивания презентаций

Критерий 1 Содержание		
1.	Сформулирована и раскрыта тема. Полностью изложены основные аспекты темы. Указаны источники информации. Использовано более одного ресурса.	3
2.	Сформулирована и раскрыта тема. Ясно изложен материал. Указаны источники информации. Использовано более одного ресурса.	2
3.	Тема раскрыта частично. Некоторый материал изложен некорректно. Не указаны источники информации.	1
4.	Тема не ясна и не раскрыта. Объяснения некорректны или не верны. Не указаны источники информации.	0
Критерий 2. Оформление и дизайн		
1.	Соблюден единый стиль оформления. Презентация не перегружена эффектами, звуками, фонами, они акцентируют внимание на изложенной информации.	3

2.	Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фоны. Цветовое решение подобрано корректно.	2
3.	Слайды просты в понимании. Не использованы эффекты анимации и дизайна. Не соблюден единый стиль оформления.	1
4.	Нет логики в оформлении и чередовании слайдов. Цветовое решение подобрано некорректно. Единый стиль оформления не соблюден.	0
Критерий 3. Корректность текста		
1.	Использован четкий, понятный шрифт. Корректно использовано выделение (жирный шрифт, курсив, подчеркивание). Изложение соответствует нормам русского языка. Нет ошибок.	3
2.	Использован четкий, понятный шрифт. Корректно использовано выделение (жирный шрифт, курсив, подчеркивание). Изложение соответствует нормам русского языка. Нет ошибок.	2
3.	Выбранный шрифт не очень понятен при чтении. Не использованы эффекты выделения текста. Изложение соответствует нормам русского языка. Нет ошибок.	1
4.	Выбранный шрифт – разный, плохо читается. Не использованы эффекты выделения текста. В изложении нарушены нормы русского языка. Допущены ошибки.	0
Критерий 4 . Соответствие цели сопровождения публичного выступления		
1.	Четко сопровождает и дополняет публичное выступление.	3
2.	Достаточно четко соответствует публичному выступлению, сопровождает его.	2
3.	Частично соответствует, дополняет публичное выступление.	1
4.	Не соответствует публичному выступлению.	0

Шкала перевода в оценку

12-11 баллов	5
10-9 баллов	4
8-7 баллов	3
меньше 7 баллов	2

2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено»

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
«зачтено»	Обучающийся правильно ответил на теоретические вопросы. Показал отличные знания в рамках учебного	Эталонный

	материала. Правильно выполнил практические задания. Ответил на все дополнительные вопросы	
	Обучающийся с небольшими неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал хорошие знания в рамках учебного материала. С небольшими неточностями выполнил практические задания. Ответил на большинство дополнительных вопросов	Стандартный
	Обучающийся с существенными неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала. С существенными неточностями выполнил практические задания. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы	Пороговый
«не зачтено»	Обучающийся при ответе на теоретические вопросы и при выполнении практических заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов	Компетенции не сформированы

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

3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости

Темы для выступления с презентацией /устного сообщения с представлением тезисов на семинарских и практических занятиях:

1. Содержание и принципы стратегического планирования

Системный подход к определению понятия «туризм». Определение понятий «стратегия»,

«стратегическое планирование». Содержание, основные цели и задачи стратегического планирования в сфере туризма. Информационное обеспечение планирования туристской деятельности. Классификация видов планирования. Текущее, перспективное, стратегическое планирование.

2. Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ

Методы планирования. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов. Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма. Классификация прогнозов: национальные, региональные, корпоративные; макроэкономические и отраслевые. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской деятельности. Стратегическое программирование. Виды программ.

3. Основные этапы стратегического планирование на уровне туристического предприятия

Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия. Миссия и цели предприятия. Формирование комплекса функциональных стратегий туристического предприятия. Разработка генеральной стратегии туристического предприятия и контроль за ее реализацией.

4. Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы.

Анализ внешней и внутренней среды фирмы как процесс определения факторов, оказывающих влияние на деятельность фирмы. Факторы макросреды, микросреды и внутренней среды фирмы. Оценка динамики потребительского спроса на туристический продукт. Уровни анализа потребителей как главного компонента внешней среды туристической компании. Критические точки.

Основные принципы сегментирования туристического рынка: географический, экономический, принцип количественного предпочтения туристов, принцип туристических предпочтений, возрастное сегментирование. Потребности сегмента. Требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.

5. Конкурентный анализ в стратегическом планировании

Сущность и основные этапы конкурентного анализа. Общая оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке. Ценовая конкуренция. Идентификация существующих конкурентов и оценка возможностей появления новых конкурентов. Оценка воздействия на рыночную среду конкурентного давления поставщиков турообразующих услуг. Стратегии конкурентной борьбы.

6. Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях

Туристический рынок как объект государственного регулирования, прогнозирования и стратегического планирования. Оценка туристического потенциала территории. Анализ рисков развития туризма. Социально-экономические последствия развития туризма на управляемой территории. Организация прогнозно-плановой работы на федеральном и региональном уровнях.

3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

Итоговое тестирование

1. Отдельная территориальная единица, основанная на общности природных, культурных и историко-архитектурных ресурсов, объединенная общей туристской инфраструктурой и воспринимаемая в качестве целостного объекта

а. дестинация

б. туристский регион

в. курортная местность

г. туристско-рекреационная зона

2. Устойчивое направление туристских путешествий, туристско-рекреационная территория

- а. дестинация
- б. курортная местность
- в. туристский регион
- г. брендовый маршрут

3. Маркетинг территорий – это

- а. эффективное продвижение и использование конкурентных преимуществ территории
- б. планирование и развитие конкурентоспособности территории
- в. формирование программы доходов территорий от туризма
- г. согласованное планирование работы субъектов и инфраструктуры территории

4. Стратегия, направленная на достижение преимуществ территории за счет повышения известности гуманизирующих культурных ценностей, событий

- а. маркетинг инфраструктуры
- б. маркетинг привлекательности
- в. маркетинг социальных общностей
- г. маркетинг территории

5. Совокупность туристских ресурсов и развитая туристская инфраструктура, определяющие привлекательность данной местности для туристов и рекреантов

- а. потенциал
- б. бренд
- в. туристский продукт
- г. кластер

6. Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, готовых для создания туристского продукта

- а. объекты туристского интереса
- б. инфраструктура туризма
- в. элементарные рекреационные занятия
- г. туристские ресурсы

7. Предпосылки развития туризма в регионе

- а. реализация региональных программ развития туризма
- б. наличие культурно-исторических достопримечательностей
- в. повышение платежеспособности населения
- г. проведение научных исследований по туристскому районированию

8. Современные тенденции в туризме

- а. путешествия становятся короче по времени, но дальше по расстоянию
- б. предложения «все включено» преобладают

- в. событийные туры обладают потенциалом к быстрой коммерциализации
- г. растут продажи пляжных туров

9. В прогнозировании развития туризма территории применяется

- а. сценарный подход
- б. каскадный метод
- в. социальные технологии
- г. ретроспективный подход

10. Сконцентрированная по географическому признаку группа взаимосвязанных предприятий, специализированных поставщиков услуг, а также связанных с их деятельностью некоммерческих организаций и учреждений, конкурирующих, но вместе с тем и взаимодополняющих друг друга.

- а. кластер
- б. туристский центр
- в. туристский продукт
- г. кадастр

Перечень теоретических вопросов к зачету:

1. Системный подход к определению туризма как объекта комплексного стратегического планирования.
2. Сущность, характеристики услуг в сфере туризма.
3. Понятия «стратегия» и «стратегическое планирование» в туризме: сущность, особенности.
4. Стратегический прогноз. Генетический и нормативный подходы к прогнозированию.
5. Стратегическое программирование. Виды стратегических программ.
6. Принципы стратегического планирования в туризме.
7. Методы, включаемые в методологию стратегического планирования в туризме. Типология проблем, определяющая выбор метода.
8. Основные требования к системе показателей в стратегическом планировании. Типы показателей.
9. Распределение ответственности по разработке стратегии компании. Стратегическая пирамида. 10. Классификация стратегий развития бизнеса. Стратегии концентрированного роста и сокращения. 11. Классификация эталонных стратегий
12. Актуальность и значение реализации менеджментом туристической компании стратегического подхода в управлении.
13. Факторы, повышающие значение стратегирования деятельности туристической компании в России.
14. Организация внутрифирменного планирования.
15. Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия.
16. Миссия и видение как ориентиры, направления функционирования компании. Особенности формулирования и значение.

17. Стратегические цели как основа для планирования и организации деятельности туристического предприятия. Процесс определения целей.
18. Анализ внешней среды. Основные факторы макро-и микросреды.
19. Анализ внутренней среды. Основные направления анализа внутренней среды.
20. Потребители как главный компонент внешней микросреды туристической фирмы. Уровни анализа потребителей.
21. Туристический рынок. Основные принципы сегментирования туристического рынка.
22. Сегментирование по географическому принципу. Потребности сегмента и требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.
23. Сегментирование по экономическому принципу. Потребности сегмента и требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.
24. Сегментирование потребительского рынка на принципах количественного предпочтения туристов.
25. Потребительские сегменты туристического рынка в соответствии с возрастным сегментированием.
26. Сегментирование потребительского рынка по принципам туристических предпочтений.
27. Процесс (этапы) определения сегментов туроператором, на удовлетворение потребностей которых будет направлена его деятельность.
28. SWOT- анализ как метод стратегического анализа среды. Алгоритм его применения.
29. Оценка влияния возможностей на организацию с помощью метода позиционирования. Матрица возможностей.
30. Оценка влияния угроз на организацию с помощью метода позиционирования. Матрица угроз.
31. Оценка относительной значимости для организации отдельных факторов с помощью метода составления профиля среды.
32. Метод оценки факторов внешней среды «5*5», предложенный М.Х. Месконом.
33. Основные типы непосредственных конкурентов туроператора.
34. Оценка туроператором поставщиков туристических услуг как представителей микросреды туризма.
35. Анализ туристической компанией партнеров как представителей микросреды туризма.
36. Оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке как этап проведения конкурентного анализа. Уровни и типы конкуренции.
37. Ценовая конкуренция: выгоды для потребителя и негативные последствия для туристического рынка.
38. Оценка возможностей появления новых конкурентов как этап проведения конкурентного анализа в процессе стратегического планирования.
39. Идентификация конкурентов в процессе конкурентного анализа на основе внешних доступных источников информации.
40. Оценка сильных и слабых сторон предложений конкурентов в процессе конкурентного анализа.
41. Выбор туристическим предприятием стратегии конкурентной борьбы. 4 основных типа конкурентных стратегий.

42. Сущность, задачи, значение бизнес-плана, его отличия от стратегического плана.
43. Организация и этапы разработки бизнес-плана на туристическом предприятии.
44. Структура бизнес-плана туристического предприятия.
45. Туризм как объект государственного регулирования. Основные направления регулирования.
46. Методы государственного регулирования сферы туризма.
47. Показатели, характеризующие туристский потенциал территории.
48. Туристский потенциал территории. Оценка его основных компонентов.

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Выступление с презентацией/устное сообщение с предоставлением тезисов	Индивидуальные задания выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Индивидуальные задания должны быть выполнены в установленный преподавателем срок и в соответствии с требованиями к оформлению (текстовой и графической частей). Выполненные задания в назначенный срок сдаются на проверку

4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

Зачет

Зачет имеет целью проверить уровень знаний, полученных студентами и слушателями, степень овладения практическими умениями и навыками в объеме требований учебных программ.

К зачету допускаются студенты (слушатели), выполнившие все требования учебной программы. Заведующий кафедрой по представлению преподавателя может освобождать от сдачи зачета студентов (слушателей), систематически активно работавших в течение семестра и показавших отличные знания по результатам текущего контроля.

При определении уровня достижений обучающихся на зачете учитывается:

- знание программного материала и структуры дисциплины;
- умение выполнять предусмотренные программой задания;
- владение методологией дисциплины, умение применять теоретические знания при решении задач, обосновывать свои действия.

Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать среднюю оценку по дисциплине по результатам текущего контроля. Так как оценочные

средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Для чего преподаватель находит среднюю оценку уровня сформированности компетенций у обучающегося, как сумму всех полученных оценок деленную на число этих оценок.

Средняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля	Оценка
Оценка не менее 3,0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки по текущему контролю	«зачтено»
Оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна неудовлетворительная оценка по текущему контролю	«не зачтено»

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета, то обучающийся сдает зачет. Зачет проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов. Перечень теоретических вопросов обучающиеся получают в начале семестра.