

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский биотехнологический университет (РОСБИОТЕХ)»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат:

00D05D015A41D43C257354CF2FDDDD93F88

Владелец: РОСБИОТЕХ

Действителен: с 11.11.2024 по 04.02.2026

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТОВ»

Уровень образования:		Специалитет
Специальность		06.05.01 Биотехнология и биоинформатика
Специализация		Молекулярная и клеточная инженерия
Форма обучения		Очная
Срок освоения образовательной программы в соответствии с ФГОС (очная форма)		5 лет
Год начала подготовки		2024 г.
	шифр и наименование дисциплины	Б1.В.ДВ.04.01 Продвижение проектов
	семестры реализации дисциплины	7 семестр
	форма контроля	Экзамен

Москва 2025 г.

1. Область применения.

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью программы дисциплины при реализации основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) высшего образования (ВО) по специальности:

06.05.01 Биотехнология и биоинформатика

Специализация: Молекулярная и клеточная инженерия

Оценочные фонды разрабатываются для проведения оценки степени соответствия фактических результатов обучения при изучении дисциплины запланированным результатам обучения, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенций, а также сформированности компетенций, установленных программой специализации.

Таблица 1
Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Знать	Уметь	Владеть (иметь практические опыт)
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Демонстрирует знание оптимальности при достижении целей проекта; УК-2.2 Эффективно использует правовой и ресурсный инструментарий при управлении проектом; УК-2.3 Демонстрирует умение определять имеющиеся ресурсы для достижения цели проекта; УК-2.4 Осуществляет поиск необходимой информации для достижения задач проекта; УК-2.5 Выявляет и анализирует различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументирует их выбор; УК-2.6 Вырабатывает гипотезу решения в целях реализации проекта в условиях ресурсных, нормативных и этических ограничений, регулярного проведения рефлексивных мероприятий для развития гражданственности и профессионализма участников проекта; УК-2.7 Разрабатывает паспорт проекта с учетом компетенций студенческой команды, имеющихся ресурсов, а также самоопределения участников проекта по отношению к решаемой проблеме; УК-2.8 Целенаправленно использует академические знания и умения для достижения целей социально-ориентированного проекта и общественного развития	Знать принципы формирования концепции проекта в рамках обозначенной проблемы и методы управления проектами, способы повышения экономической эффективности.	Уметь разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения и, применять методы экономических наук при решении профессиональных задач.	Иметь навыки составления плана-графика реализации проекта в целом и плана-контроля его выполнения, владеть навыками анализа экономической эффективности.

УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1 Демонстрирует знание основных документов, регламентирующих экономическую деятельность; источников финансирования профессиональной деятельности; принципов планирования экономической деятельности; УК-10.2 Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели организаций			
---	---	--	--	--

2. Цели и задачи фонда оценочных средств.

Целью ФОС является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям федерального государственного образовательного стандарта ФГОС ВО по ОПОП.

ФОС предназначен для решения задач контроля достижения целей реализации ОПОП ВО и обеспечения соответствия результатов обучения области, сфере, объектам профессиональной деятельности, области знаний и типам задач профессиональной деятельности.

3. Перечень оценочных средств, используемых для оценивания сформированности компетенций, критерии и шкалы оценивания в рамках изучения дисциплины.

3.1. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (с ключом ответов).

7 семестр изучения в соответствии с УП	
форма промежуточной аттестации – экзамен	
Код и наименование проверяемой компетенции:	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Задания для текущего контроля успеваемости с ключами ответов Тестовые задания

Но- мер за- да- ния	Содержание вопроса	Правильный ответ
1. Задание закрытого типа на установление соответствия		
1.	Установите соответствие: Концепция продукта А. Уникальное торговое предложение (УТП) В. Позиционирование С. Брендинг D. Продуктовая линейка Описание	A-2, B-3, C-4, D-1.

	1. Совокупность физических, функциональных и эмоциональных выгод, которые продукт предлагает потребителю. 2. Ключевое отличие продукта от конкурентов, которое является основой его привлекательности для целевой аудитории. 3. То, как продукт представлен в сознании потребителей по отношению к конкурентам. 4. Комплекс действий, направленных на создание и поддержание образа продукта и компании в глазах потребителей.	
2.	Соотнесите характеристики с соответствующими понятиями: «Реклама» или «PR». Характеристики: 1. Нацелена на краткосрочные цели, такие как стимулирование продаж. 2. Ориентирована на долгосрочное формирование репутации и имиджа. 3. Предполагает прямую оплату за размещение сообщения (например, за рекламный ролик). 4. Часто воспринимается как менее навязчивая, так как часто использует редакционные материалы и мнения третьих сторон. 5. Имеет более широкую аудиторию, включая инвесторов, законодателей и широкую общественность, а не только потребителей. 6. Обычно содержит прямой призыв к действию, например, "купите сейчас".	Реклама: 1, 3, 6 PR: 2, 4, 5
2. Задание закрытого типа на установление последовательности		
3.	Расставьте этапы создания рекламного сообщения в правильной последовательности, начиная с первого. Варианты ответов: 1. Анализ целевой аудитории 2. Выбор типа медиа (телевидение, интернет, радио и т.д.) 3. Создание креативной концепции и написание текста 4. Распространение рекламного сообщения 5. Определение целей рекламной кампании	1, 5, 2, 3, 4
3. Задание открытого типа с развернутым ответом/ задача		
4.	Опишите два наиболее актуальных инструмента интернет-маркетинга для продвижения нового мобильного приложения для изучения иностранных языков в 2025 году, а также обоснуйте свой выбор с учетом текущего состояния интернет-рынка.	Два актуальных инструмента — таргетированная реклама и SEO-оптимизация. Их актуальность обусловлена высокой конкуренцией в нише приложений и потребностью пользователей в персонализированной и релевантной информации. Таргетированная реклама позволяет показывать объявления только заинтересованным пользователям, а SEO-оптимизация обеспечивает органический трафик из поисковых систем, где пользователи ищут решения для изучения языков.

5.	Опишите одну ключевую функцию продукта как инструмента продвижения на рынке.	Продукт как инструмент продвижения отвечает за удовлетворение потребностей потребителей, формируя его имидж и создавая конкурентное преимущество.
6.	Какое из двух понятий — PR (связи с общественностью) или реклама — имеет более долгосрочную цель формирования доверия и репутации, а не прямое стимулирование продаж?	PR (связи с общественностью). Объяснение: PR нацелен на создание позитивного общественного мнения и укрепление репутации, что способствует долгосрочной лояльности и доверию к компании или бренду. Реклама ориентирована на более непосредственное воздействие, привлечение внимания к товарам или услугам с целью стимулирования продаж и привлечения новых клиентов.
4. Задания открытого типа с кратким ответом/ вставить термин, словосочетание....., дополнить предложенное		
7.	Процесс привлечения средств через онлайн-платформы для проектов.	Краудфандинг
8.	Процесс привлечения инвесторов и спонсоров.	Фандрайзинг
9.	В процессе SERM особое внимание уделяется работе с негативными отзывами, чтобы минимизировать их влияние и предотвратить потерю ____ (покупателей, клиентов).	Клиентской базы
5. Задания комбинированного типа с выбором одного/нескольких правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора		
10.	Какие характеристики продукта могут использоваться как инструменты продвижения? А) Цена: Скидки, акции, различные ценовые стратегии (например, "премиум", "эконом"). Б) Упаковка: Дизайн, функциональность, экологичность упаковки, которая выделяет продукт на полке. В) Бренд: Создание сильного, узнаваемого бренда с четким позиционированием и ценностями. Г) Качество: Высокое качество продукта, которое формирует положительные отзывы и сарафанное радио. Д) Все вышеперечисленное.	Д) Все вышеперечисленное
11.	Выберите верные утверждения о роли продукта в маркетинговом миксе (4Р). А) Продукт является основой маркетингового микса, на которую опираются другие элементы (цена, место, продвижение). Б) Функциональные характеристики продукта должны соответствовать потребностям целевой аудитории. В) Бренд и упаковка являются частью продукта, но не являются его инструментами продвижения. Г) Разработка нового продукта является одним из ключевых этапов, который напрямую влияет на успех продвижения.	А, Б, Г

12.	Какое действие является примером работы с он-лайн-СМИ? а) Написание статьи для местной газеты б) Редактирование видео для YouTube-канала в) Просмотр выпусков новостей по телевизору г) Участие в съемках радиопередачи	б) Редактирование видео для YouTube-канала
-----	--	--

Задания для промежуточной аттестации с ключами ответов
Тестовые задания

Номер задания	Содержание вопроса	Правильный ответ
1. Задание закрытого типа на установление соответствия		
13.	Установите соответствие: Этап жизненного цикла продукта А. Внедрение В. Рост С. Зрелость Д. Спад Инструменты продвижения 1. Таргетированная реклама, контекстная реклама, PR в СМИ. 2. Поисковая оптимизация (SEO), партнерские программы, увеличение продаж за счет узнаваемости. 3. Акции для лояльных клиентов, оптимизация затрат на рекламу, расширение продуктовой линейки. 4. Снижение цен, стимулирование повторных покупок, реклама через сообщества в соцсетях.	A-1, B-2, C-3, D-4.
14.	Установите соответствие между понятием медиа-брендинга и его определением. Понятие 1. Медиа-брендинг 2. Брендинговая стратегия 3. Медиа-канал 4. PR (связи с общественностью) Определение А. Инструмент или средство массовой информации, используемое для создания и продвижения бренда. В. Комплекс действий, направленных на создание и укрепление положительного имиджа бренда в глазах целевой аудитории через медиа-каналы. С. Долгосрочный план развития бренда, включающий в себя позиционирование, целевую аудиторию и каналы коммуникации. Д. Информационные и имиджевые мероприятия, нацеленные на формирование общественного мнения и позитивной репутации бренда.	1 – В 2 – С 3 – А 4 – D

2. Задание открытого типа с развернутым ответом/ задача		
15.	Опишите два способа использовать продукт для формирования положительного имиджа компании.	Создание продукта, который решает реальные проблемы потребителей и который люди захотят обсуждать. 2. Внедрение продукта в популярные фильмы или сериалы (product placement) для создания ассоциаций с известными и положительными героями или образами.
16.	Как вы думаете, почему качество продукта может быть самостоятельным инструментом продвижения? Приведите один пример, как продукт может быть использован в рекламе.	Качество продукта является само по себе инструментом продвижения, так как высокое качество вызывает положительные отзывы и рекомендации от покупателей, что является самой эффективной рекламой. Пример: реклама, где демонстрируется, как продукт выдерживает испытания, подчеркивая его надежность и долговечность.
3. Задания открытого типа с кратким ответом/ вставить термин, словосочетание....., дополнить предложенное		
17.	Что соединяет инвесторов и тех, кому нужны деньги на проект?	Онлайн-инвестиционные платформы.
18.	Как называются люди, которые вкладывают деньги в проекты через краудфандинг?	Краудинвесторы
19.	Задача SERM — создание положительной или нейтральной репутации в интернете путем работы с отзывами и комментариями, что в конечном итоге приводит к увеличению ____ потенциальных клиентов.	Доверия
4. Задания комбинированного типа с выбором одного/нескольких правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора		
20.	Какие элементы продукта могут помочь в его продвижении, особенно на высококонкурентных рынках? А) Инновационные функции и технологии. Б) Оригинальная или экологичная упаковка. В) Комплексная поддержка клиентов. Г) Возможность кастомизации продукта под индивидуальные потребности клиента. Д) А и Б.	Д) А и Б
21.	Как продукт может быть использован для стимулирования повторных продаж? А) Выпуск новых версий или модификаций продукта. Б) Введение программы лояльности, основанной на покупке данного продукта. В) Создание сообщества вокруг продукта, где пользователи могут делиться опытом. Г) Постоянное увеличение цены.	А, Б, В
22.	Определите основные задачи прямой рекламы. А. Увеличение узнаваемости бренда.	Б, Г, Д

	Б. Побуждение к немедленному действию (покупка, звонок, заявка). В. Создание имиджа компании. Г. Сбор данных о целевой аудитории. Д. Стимулирование продаж.	
23.	Выберите верные утверждения, описывающие работу с социальными сетями как формой СМИ: а) Социальные сети позволяют получать обратную связь от аудитории в реальном времени б) Основная цель работы с социальными сетями — исключительно развлекательный контент в) Социальные сети являются площадкой для распространения новостей и мнений г) Работа с социальными сетями не требует никаких специальных навыков	а) Социальные сети позволяют получать обратную связь от аудитории в реальном времени

7 семестр изучения в соответствии с УП	
форма промежуточной аттестации – экзамен	
Код и наименование проверяемой компетенции:	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Задания для текущего контроля успеваемости с ключами ответов
Тестовые задания

Но- мер за- да- ния	Содержание вопроса	Правильный ответ
1. Задание закрытого типа на установление соответствия		
1.	Характеристика продукта А. Дизайн упаковки В. Локализация продукта С. Сервисное обслуживание D. Качество продукта Роль в продвижении 1. Формирование восприятия качества и привлекает внимание на полке. 2. Расширение целевой аудитории за счет адаптации к местным особенностям и потребностям. 3. Повышение лояльности клиентов и формирование положительного имиджа. 4. Фундамент для успешного продвижения и рекомендаций.	A-1, B-2, C-3, D-4.
2. Задание закрытого типа на установление последовательности		

2.	Расставьте этапы безопасного поведения в интернете в правильной последовательности. Варианты: 1) Не разглашайте личную информацию. 2) Используйте надежные пароли. 3) Будьте внимательны в социальных сетях. 4) Периодически меняйте пароли. 5) Используйте надежное решение для кибербезопасности.	2, 4, 1, 3, 5.
3.	Установите последовательность ключевых этапов успешного финансирования проекта через крауд-коммуникации. Этапы: А. Разработка привлекательной концепции и создание промо-материалов. В. Запуск и активное продвижение кампании на выбранных крауд-платформах. С. Сбор средств, достижение финансовой цели и реализация проекта. D. Определение целевой аудитории, выбор оптимальных каналов коммуникации. Е. Планирование коммуникационной стратегии и определение маркетинговых целей.	Е, D, А, В, С
3. Задание открытого типа с развернутым ответом/ задача		
4.	Назовите два инструмента стимулирования сбыта, где ключевую роль играет сам продукт	1. Предложение комплектов: "купи два, получи третий в подарок", где в комплекте идет сам продукт. 2. Проведение конкурсов с призами в виде самого продукта или эксклюзивных версий, что мотивирует покупателей совершить покупку.
5.	Перечислите два основных канала коммуникации, которые государственные структуры и общественные организации могут использовать для формирования положительного общественного мнения и взаимодействия с гражданами.	Массовые коммуникации: Средства массовой информации (СМИ) — газеты, журналы, телевидение, радио, новостные порталы. Цифровые и социальные платформы: Официальные веб-сайты, социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники, Telegram и др.).
4. Задания открытого типа с кратким ответом/ вставить термин, словосочетание....., дополнить предложенное		
6.	Каким словом описывается процесс финансирования проекта, особенно в сфере IT?	Технико-экономическое обоснование (ТЭО).
7.	Вид маркетинговой активности, направленный на улучшение репутации бренда в сети, который также подразумевает работу с негативом и формирование положительного образа, называется ____ (SERM).	Управление репутацией
8.	Продвижение товаров и услуг через платные каналы с целью прямой продажи — это _____.	реклама
9.	Цель _____ — не продать товар, а сформировать положительное общественное мнение и укрепить репутацию компании.	PR (или связи с общественностью)

5. Задания комбинированного типа с выбором одного/нескольких правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора		
10.	Выберите утверждения, которые относятся к стратегии диверсификации в рамках Матрицы Ансоффа: а) Поиск новых потребителей для существующих продуктов. б) Разработка новых продуктов для существующих рынков. с) Выход на новые рынки с существующими продуктами. д) Разработка новых продуктов для новых рынков.	д) Разработка новых продуктов для новых рынков.
11.	Какие подходы используются для определения приоритетов задач при планировании продвижения проекта? Выберите несколько вариантов ответа: а) Метод критического пути (СРМ). б) Разбивка задачи на более мелкие шаги (принцип «слона»). с) Приоритизация по важности и срочности. д) SWOT-анализ.	а) Метод критического пути (СРМ). б) Разбивка задачи на более мелкие шаги (принцип «слона»). с) Приоритизация по важности и срочности
12.	Выберите все каналы, которые относятся к интернет-рекламе. А. Контекстная реклама в поисковых системах. Б. Телевизионные ролики. В. Таргетированная реклама в социальных сетях. Г. Баннерная реклама на сайтах. Д. Радио-реклама.	А, В, Г

Задания для промежуточной аттестации с ключами ответов
Тестовые задания

Номер задания	Содержание вопроса	Правильный ответ
1. Задание открытого типа с развернутым ответом/ задача		
13.	Объясните, в чем заключается роль продукта в таких современных методах продвижения, как SMM и SEO	В SMM продукт выступает как контент для постов и сторис, через который продвигается бренд. В SEO (поисковая оптимизация) сам продукт и информация о нем (описания, отзывы) является объектом оптимизации, чтобы привлечь целевой трафик из поисковых систем.
14.	Перечислите три различных источника финансирования проектов, которые различаются по своей природе (например, собственные средства, привлеченные средства, государственная поддержка).	Собственные средства компании: Прибыль от предыдущей деятельности, накопленные резервы. Банковский кредит: Целевой заём у коммерческого банка, который необходимо вернуть с процентами. Государственные гранты и субсидии: Безвозмездная финансовая помощь от государства для реализации социально значимых или приоритетных проектов.
2. Задания открытого типа с кратким ответом/ вставить термин, словосочетание....., дополнить предложенное		

15.	Финансирование, основанное на сообществе, где каждый вкладчик становится частью успеха проекта.	Ответ: Крауд-финансирование.
16.	Процесс управления репутацией компании или бренда в интернете, включающий в себя работу с отзывами, форумами, социальными сетями и другими онлайн-площадками, называется _____ (SERM).	Управление репутацией
17.	Имидж и доверие к компании формируются с помощью _____, в то время как _____ непосредственно нацелена на увеличение продаж.	PR, реклама
3. Задания комбинированного типа с выбором одного/нескольких правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора		
18.	Выберите верные определения из предложенных вариантов: а) Дифференцированный маркетинг — стратегия продвижения одного продукта на нескольких рынках. б) Техника горизонтов планирования предполагает детализацию целей по мере приближения к текущему моменту. с) Жесткие задачи — это те, которые «не горят» и не требуют немедленного решения. д) Матрица Ансоффа помогает оценить варианты увеличения прибыли и имеет четыре основных поля: проникновение на рынок, развитие рынка/товара, диверсификация.	б) Техника горизонтов планирования предполагает детализацию целей по мере приближения к текущему моменту. д) Матрица Ансоффа помогает оценить варианты увеличения прибыли и имеет четыре основных поля: проникновение на рынок, развитие рынка/товара, диверсификация.
19.	Выберите верное утверждение о прямой рекламе. А. Прямая реклама имеет только текстовую форму. Б. К прямой рекламе относятся телемагазины и email-рассылки. В. Для прямой рекламы важен только массовый охват. Г. Цель прямой рекламы — побудить к немедленному действию.	Б, Г
20.	Какой формат является комбинированным заданием с выбором одного/нескольких правильных ответов? а) Открытый вопрос, где нужно написать развернутый ответ б) Вопрос с несколькими вариантами ответов, где нужно выбрать один или несколько правильных вариантов в) Задание на сопоставление г) Задание с выбором только одного правильного ответа из предложенных	б)

3.2. Критерии и шкалы оценивания.

Текущий контроль по дисциплине

Оценивание обучающегося на занятиях осуществляется в соответствии с локальным актом университета (положением), регламентирующим проведение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся и организации учебного процесса.

Промежуточная аттестация по дисциплине

Форма промежуточной аттестации – 7 семестр - Экзамен

Оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, системно показана совокупность освоенных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Ответ формулируется при помощи научного категориально-понятийного аппарата, изложен последовательно, логично, доказательно, демонстрирует авторскую позицию студента.

Оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен последовательно, логично и доказательно, однако допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

Оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен научным языком. Могут быть допущены две-три ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.

Оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связи между понятиями, концептуальные пересечения, структурные закономерности между различными объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

Результат обучения по дисциплине считается достигнутым при получении обучающимся оценки «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по каждому из контрольных мероприятий, относящихся к данному результату обучения.

Критерии оценки образовательных результатов обучающихся на экзамене по дисциплине

Качество освоения ОПОП - рейтинговые баллы	Оценка зачета, зачета оценкой (нормативная) 5-балльной шкале	Уровень достижений компетенций	Критерии оценки образовательных результатов
--	--	--------------------------------	---

85-100	Зачтено, 5, отлично	Высокий (продвинутый)	ЗАЧТЕНО, ОТЛИЧНО заслуживает обучающийся, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала на занятиях и самостоятельной работе. При этом, рейтинговая оценка (средний балл) его текущей аттестации по дисциплине входит в диапазон 85-100. При этом, на занятиях, обучающийся исчерпывающе, последовательно, чётко и логически стройно излагал учебно-программный материал, умел тесно увязывать теорию с практикой, свободно справлялся с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, предусмотренные программой. Причем обучающийся не затруднялся с ответом при видоизменении предложенных ему заданий, правильно обосновывал принятое решение, демонстрировал высокий уровень усвоения основной литературы и хорошо знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины. Как правило, оценку «отлично» выставляют обучающемуся, усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значение для приобретаемой профессии, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала. Рейтинговые баллы назначаются обучающемуся с учётом баллов текущей (на занятиях) и (или) рубежной аттестации (контроле).
70-84	Зачтено, 4, хорошо	Хороший (базовый)	ЗАЧТЕНО, ХОРОШО заслуживает обучающийся, обнаруживший осознанное (твёрдое) знание учебно-программного материала на занятиях и самостоятельной работе. При этом, рейтинговая оценка (средний балл) его текущей аттестации по дисциплине входит в диапазон 70-84. На занятиях обучающийся грамотно и по существу излагал учебно-программный материал, не допускал существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применял теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владел необходимыми навыками и приёмами их выполнения, уверенно демонстрировал хороший уровень усвоения основной литературы и достаточное знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины. Как правило, оценку «хорошо» выставляют обучающемуся, показавшему систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Рейтинговые баллы назначаются обучающемуся с учётом баллов текущей (на занятиях) и (или) рубежной аттестации (контроле).

60-69	Зачтено, 3, удовлетворительно	Достаточный (минимальный)	ЗАЧТЕНО, УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО заслуживает обучающийся, обнаруживший минимальные (достаточные) знания учебно-программного материала на занятиях и самостоятельной работе. При этом, рейтинговая оценка (средний балл) его текущей аттестации по дисциплине входит в диапазон 60-69. На занятиях обучающийся демонстрирует знания только основного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей профессиональной работы, слабое усвоение деталей, допускает неточности, в том числе в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических заданий и работ, знакомый с основной литературой, слабо (недостаточно) знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценку «удовлетворительно» выставляют обучающемуся, допускавшему погрешности в ответах на занятиях и при выполнении заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Рейтинговые баллы назначаются обучающемуся с учётом баллов текущей (на занятиях) и (или) рубежной аттестации (контроле).
Менее 60	Не зачтено, 2, неудовлетворительно	Недостаточный (ниже минимального)	НЕ ЗАЧТЕНО, НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО выставляется обучающемуся, который не знает большей части учебно-программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы на занятиях и самостоятельной работе. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающемуся продемонстрировавшего отсутствие целостного представления по дисциплине, предмете, его взаимосвязях и иных компонентов. При этом, обучающийся не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на недостаточном уровне или не сформированы. Рейтинговые баллы назначаются обучающемуся с учётом баллов текущей (на занятиях) и (или) рубежной аттестации (контроле).

Промежуточная аттестация может проводиться в форме компьютерного тестирования. Обучающемуся отводится для подготовки ответа на один вопрос открытого и закрытого типа не менее 5 минут.

Итоговая оценка при проведении экзамена выставляется с использованием следующей шкалы.

Оценка	Правильно решенные тестовые задания (%)
«отлично»	90-100
«хорошо»	70-89
«удовлетворительно»	60-69
«неудовлетворительно»	0-59