

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Уварова Лиана Федоровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 29.06.2022 12:55:25  
Уникальный программный ключ:  
b6686bbd317ad5ad4cf9618504be1b55d4c225d407106f8746fee51f8322643a

**Частное образовательное учреждение  
высшего образования  
БАЛТИЙСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ  
ИНСТИТУТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ  
КАФЕДРА "ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ"**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО  
ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.7 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

Направление подготовки  
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Квалификация выпускника  
Бакалавр

Формы обучения  
очная, очно-заочная, заочная

Санкт-Петербург, 2021

Фонд оценочных средств составлен с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 № 1016, зарегистрирован в Минюсте России 27.08.2020 № 59497.

**Составитель:** д-р экон. наук Исрафилов Н.Т.

Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры  
20.05.2021 г., протокол № 10.

Одобрено учебно-методическим советом вуза  
20.05.2021 г., протокол № 6.

# 1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

## 1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1УК-10 Знает: принципы и способы обоснования экономических решений в различных областях жизнедеятельности ИД-2УК-10 Умеет: анализировать возможные альтернативные решения на основе знаний об экономике и финансах ИД-3УК-10 Владеет: навыками выбора обоснованных экономических решений из нескольких альтернатив в различных жизненных ситуациях, требующих знаний в области экономики и финансов

## 1.2 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения (знания, умения)
ПК-1 Способен учитывать международные политические, экономические и институциональные аспекты при решении управленческих задач	ПК-1.1 Осуществляет профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, правового мышления и правовой культуры	ПК-1.1 З-1 Знает природу и сущность права; основные закономерности возникновения, функционирования и развития государства и права в России и зарубежных стран
	ПК-1.2 Принимает решения и совершает юридические действия в точном соответствии с законодательством Российской Федерации	ПК-1.1 У-1 Умеет применять и правильно толковать правовые нормы
		ПК-1.2 З-1 Знает источники правового регулирования общественных отношений в соответствующей сфере
		ПК-1.2 У-1 Умеет проводить поиск, отбор, систематизацию источников правового регулирования общественных отношений в соответствующей сфере

**Текущий контроль студентов.** При оценивании устного опроса и участия в дискуссии на семинаре (практическом занятии) учитываются:

- степень раскрытия содержания материала;
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков.

## Критерии оценивания студента на занятиях

Оценка	Критерии оценки
5, «отлично»	Оценка «отлично» ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, показывает максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры.
4, «хорошо»	Оценка «хорошо» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит необходимые примеры, однако показывает некоторую непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика.
3, «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументированы. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры ограничены, либо отсутствуют.
2, «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных неточностей. Выводы поверхностны

### Критерии оценивания студента по выполнению контрольной работы

Оценка «отлично» (13-15 баллов) ставится за полностью выполненную работу, в которой глубоко и грамотно, в соответствии с теорией соответствующего раздела программы учебной дисциплины, проанализирована поставленная перед студентом задача, при этом студент проявляет способность к научной аргументации собственной точки зрения, свободно оперирует знаниями по социологии и верно дает определения терминам.

Оценка «хорошо» (10-12 баллов) ставится за полностью выполненную работу, в которой грамотно, в соответствии с теорией соответствующего раздела программы учебной дисциплины, проанализирована поставленная перед студентом задача, при этом студент проявляет способность к научной аргументации собственной точки зрения, определения терминам даны, но с некоторыми ошибками.

Оценка «удовлетворительно» (7-9 баллов) в случае, если работа выполнена фрагментарно, без достаточного научного обоснования решений поставленных перед студентом задач, связь результатов работы студента с теорией соответствующего раздела программы учебной дисциплины прослеживается слабо, в определениях допущено около 50% ошибок

Оценка «неудовлетворительно» (0,1-6 баллов) ставится в случае, когда работа выполнена фрагментарно, студент проявляет незнание значительной части теоретического материала соответствующего раздела программы учебной дисциплины, допускает грубые ошибки, большинство терминов определены неверно.

### Критерии оценивания студента по выполнению тестовых заданий

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент ответил верно на 55 – 70% вопросов. Оценка «хорошо» ставится, если студент дал правильный ответ на 71 – 85%. Оценка «отлично» ставится, если студент ответил правильно на 86% и более.

**Промежуточная аттестация студентов.** При проведении промежуточной аттестации в форме зачета студент должен подготовить задание практического характера. При оценивании задания учитывается объем правильного решения.

Оценка знаний студента на зачете определяется его учебными достижениями в семестровый период и результатами рубежного контроля знаний и выполнением им зачетного задания.

Знания умения, навыки студента на зачете оцениваются оценками: «зачтено», «незачтено».

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

### Оценивание студента на зачете по дисциплине «Основы маркетинга»

Оценка зачета	Требования к знаниям и критерии выставления оценок
<i>Зачтено</i>	Студент при ответе демонстрирует содержание тем учебной дисциплины, владеет основными понятиями дисциплины, знает особенности ее предмета, имеет представление об его особенностях и специфике. Информирован и способен делать анализ проблем и намечать пути их решения.
<i>Незачтено</i>	Студент при ответе демонстрирует плохое знание значительной части основного материала дисциплины. Не информирован или слабо разбирается в проблемах, и или не в состоянии наметить пути их решения.

## 2. 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

### 2.1. ФОС текущего контроля студентов

#### 2.1.1. Задания для практических занятий

#### Перечень вопросов для обсуждения на практических занятиях

№раздела	Наименование лабораторных работ
1	Цели маркетингового исследования. Методы и инструменты исследования. Этапы проведения маркетингового исследования.
1	Концепция товара. Классификация товара. Товарный ассортимент. Создание новых товаров. Жизненный цикл товара.
1	Модель потребительского поведения. Факторы, влияющие на поведение покупателей на потребительском рынке. Процесс принятия решения о покупке на потребительском рынке. Рынок предприятия и организации и поведение на нем потребителей.
1	Понятие сегментирования рынка, основные принципы сегментирования, отбор целевых сегментов рынка, позиционирование рынков.
2	Стратегическое планирование в маркетинге.
2	Рекламная деятельность. Виды рекламы.
2	Модель поведения покупателей на потребительском рынке, характеристики покупателей на потребительском рынке, принятие потребителем решения о покупке, особенности решения о покупке товаре – новинки.
2	Этапы процесса создания нового товара. Товарная марка. Упаковка. Маркировка товара.

#### Критерии оценивания ответа студента на практических занятиях

Оценка	Критерии оценки
--------	-----------------

5, «отлично»	Оценка «отлично» ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, показывает максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры.
4, «хорошо»	Оценка «хорошо» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит необходимые примеры, однако показывает некоторую непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика.
3, «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументированы. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры ограничены, либо отсутствуют.
2, «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных неточностей. Выводы поверхностны

## 2.1.2. Примерные темы контрольных работы

### Примерные темы эссе

1. Современные концепции маркетинга: сущность, основные понятия, функции.
2. Содержание фирменного стиля предприятия.
3. Средства стимулирования продаж.
4. Средства стимулирования разных целевых групп.
5. Стратегии сегментации рынка.
6. Стратегический маркетинг как процесс анализа исследования рынков.
7. Стратегия разработки новых товаров.
8. Факторы макросреды функционирования фирмы.
9. Формирование товарной политики российских предприятий.
10. Эволюция содержания и форм маркетинга.
11. Экономическая роль ярмарок и выставок.
12. Элементы комплекса маркетинга.
13. Организация как субъект маркетинга.
14. Система маркетинговой информации.
15. Система маркетингового исследования.
16. Товары и сущность товарных марок.
17. Маркетинг сферы услуг.
18. Маркетинг отдельных лиц и мест.
19. Роль упаковки и услуг в создании товаров.
20. Стратегия разработки новых товаров.
21. Типы рыночной конкуренции и определение спроса на товары.
22. Методы ценообразования и факторы, влияющие на установление окончательной цены товара.
23. Разработка целей товародвижения и виды транспортировки.
24. Реклама как средство продвижения товаров.
25. Стимулирование сбыта и пропаганда.

### Примерные вопросы к дискуссии

*К разделу №1. Тема «Исследование рынка в системе маркетинга»*

*Вопросы:*

1. Какие этапы включается при проведении маркетинговых исследований?
2. Какие направления маркетинговых исследований, на ваш взгляд, являются самыми востребованными?
3. Что представляет собой выборка? Как она соотносится с генеральной совокупностью?
4. Охарактеризуйте методы выборки.
5. Назовите методы маркетинговых исследований.
6. Что представляет собой анкета? Из каких структурных элементов состоит анкета?
7. Какие виды вопросов используются для выявления отношения потребителя к предмету исследования?
8. В чем отличие прямых и косвенных вопросов, когда их целесообразно использовать?

*К разделу №2. «Система товародвижения в маркетинге. Стимулирование сбыта»*

*Вопросы:*

1. Что входит в систему организации сбыта?
2. Назовите и приведите определение основным характеристикам канала сбыта.
3. Охарактеризуйте типы каналов сбыта.
4. Какова цель стимулирования сбыта?
5. В чем проявляется роль отправителя и получателя в процессе коммуникаций и чем они различны?
6. Каковы особенности применения личных и безличных коммуникаций?
7. Что представляет собой прямой маркетинг?
8. Назовите основные формы PR-обращений.

***Критерии правильности ответов на вопросы для дискуссии:***

- 1) полнота и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа.

***Оценка «отлично» ставится, если студент:***

- 1) полно излагает изученный материал, владеет понятийным аппаратом;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения логики научного познания.

Оценка «хорошо» ставится, если студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и корректности излагаемого.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке тезисов;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки с точки зрения логики научного познания.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «неудовлетворительно» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьёзным препятствием к успешному формированию заявленных компетенций.

***Критерии оценивания студента по выполнению контрольной работы***

Оценка «отлично» (13-15 баллов) ставится за полностью выполненную работу, в которой глубоко и грамотно, в соответствии с теорией соответствующего раздела программы

учебной дисциплины, проанализирована поставленная перед студентом задача, при этом студент проявляет способность к научной аргументации собственной точки зрения, свободно оперирует знаниями по социологии и верно дает определения терминам.

Оценка «хорошо» (10-12 баллов) ставится за полностью выполненную работу, в которой грамотно, в соответствии с теорией соответствующего раздела программы учебной дисциплины, проанализирована поставленная перед студентом задача, при этом студент проявляет способность к научной аргументации собственной точки зрения, определения терминам даны, но с некоторыми ошибками.

Оценка «удовлетворительно» (7-9 баллов) в случае, если работа выполнена фрагментарно, без достаточного научного обоснования решений поставленных перед студентом задач, связь результатов работы студента с теорией соответствующего раздела программы учебной дисциплины прослеживается слабо, в определениях допущено около 50% ошибок

Оценка «неудовлетворительно» (0,1-6 баллов) ставится в случае, когда работа выполнена фрагментарно, студент проявляет незнание значительной части теоретического материала соответствующего раздела программы учебной дисциплины, допускает грубые ошибки, большинство терминов определены неверно.

### **2.1.3. Примерны тестовые задания для текущего контроля**

1. Компания, действия которой в основном определяются действиями и реакциями конкурентов это компания, ориентированная на ...
  - a) потребителей
  - b) технологию
  - c) товар
  - d) конкурентов**
  - e) рынок
2. В неприбыльном секторе, концепция покрытия расходов означает:
  - 1) ценовую политику, направленную на покрытие расходов**
  - 2) вклад правительства для покрытия затрат
  - 3) затраты на сбор средств
  - 4) зависимость от денег третьих сторон
  - 5) измерение эффективности услуг на основе затрат
3. Совокупность свойств и характеристик товара или услуги, относящиеся к их способности удовлетворять существующие или предполагаемые потребности – это ... товара (услуги).
  - a) ценность
  - b) единство
  - c) качество**
  - d) количество
4. Термин “маркетинг” возник в:
  - a) социологической литературе США в конце XIX – начале XX века**
  - b) экономической литературе США в конце XVIII – начале XIX века
  - c) экономической литературе США в конце XIX – начале XX века
  - d) экономической литературе Англии в конце XIX – начале XX века
5. Действия по обеспечению конкурентоспособного положения товара на рынке и разработка соответствующего комплекса маркетинга – это:
  - a) сегментация (сегментирование) рынка
  - b) товарно-дифференцированный маркетинг
  - c) множественная сегментация рынка
  - d) позиционирование товара на рынке**
6. Структура рекламного обращения разрабатывается в соответствии с формулой:
  - a) ABCO
  - b) AIDA**
  - c) DAGMAR



- d) CASA
7. Часть квалифицированного рынка, покупатели которого отдают предпочтение товарам данного предприятия, называется рынком:
- потенциальным
  - квалифицированным
  - освоенным**
  - действительным
8. Набор определенных стимулов внутреннего и внешнего характера, под воздействием которых происходит принятие решения о покупке, называется(-ются):
- глобальные характеристики покупателя
  - локальные характеристики потребителя
  - особенности образа жизни индивида
  - “черный ящик сознания” покупателя**
9. Из таких подфункций, как организация разработки и постановки на производство новых товаров, разработка новых технологий производства и сбыта, организация материально-технического снабжения, управление качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг, состоит функция маркетинга:
- сбытовая
  - аналитическая
  - производственная**
  - контролирующая
10. Объединение в одно целое таких функций, как закупки, управление запасами, планирование производства и продажа продукции, называется:
- управлением стратегическими материалами**
  - объединением коммерческих отделов
  - интеграцией внутрифирменных функций
  - взаимодействием внутренних отделов

### **Критерии оценивания студента по выполнению тестовых заданий**

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент ответил верно на 55 – 70% вопросов. Оценка «хорошо» ставится, если студент дал правильный ответ на 71 – 85%. Оценка «отлично» ставится, если студент ответил правильно на 86% и более.

## **2.2. ФОС промежуточной аттестации**

### **2.2.1. Примерные задания к зачету**

- Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок.
- История возникновения маркетинга, понятие маркетинга.
- Концепция маркетинга. Структура маркетинга.
- Основные принципы и методы маркетинговой деятельности Основные функции маркетинга.
- Сбор первичной информации. Панельный опрос.
- Характеристики покупателей на потребительском рынке.
- Концепции управления маркетингом.
- Модель поведения покупателей на потребительском рынке.
- Цели маркетинговой деятельности.
- Сущность и виды коммуникаций. Коммуникационный процесс.
- Основные факторы микросреды.
- Сущность маркетингового исследования.
- Структура маркетингового исследования.
- Методы анализа маркетинговой информации: качественные и количественные.
- Модель потребительского поведения.
- Схема маркетингового исследования. Содержание ее составляющих.
- Методы сбора первичной информации.

18. Понятие и структура жизненного цикла товара.
19. Основные факторы макросреды.
20. Проблемы стратегии и методы маркетинговых коммуникаций.
21. Роль и значение марки и упаковки в процессе разработки дифференцированного товара.
22. Структура и управление каналами распределения.
23. Комплекс маркетинга и его структура.
24. Порядок проведения сегментирования рынка: факторы сегментирования потребительских рынков и рынков товаров промышленного назначения.
25. Позиционирование товара на рынке.
26. Характеристика каналов товародвижения.
27. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы каналов распределения.
28. Процесс разработки продуктового портфеля.
29. Позиционирование товара на рынке. Стратегии позиционирования.
30. Процесс ценообразования: виды ценовых стратегий.
31. Особенности решения о покупке товаре – новинки.
32. Качество и конкурентоспособность товара.
33. Основные принципы сегментирования.
34. Понятие сегментирования рынка.
35. Стратегическое планирование и его этапы. Виды маркетинговых стратегий.
36. Упаковка товара, ее виды и функции. Значение маркировки.
37. Основные решения фирмы по выходу на международный рынок.
38. Товарная марка и ее составляющие – марочное название, марочный знак, товарный знак.
39. Реклама как способ стимулирования сбыта.
40. Товарная политика фирмы. Планирование и проектирование нового товара.
41. Основные теоретические концепции цены. Конкурентная (равновесная) цена.
42. Определение и функции цены. Процесс ценообразования. Определение исходной (базовой) цены.
43. Стратегии ценообразования. Типы рынков и ценообразование.
44. Государственное регулирование цен. Скидки с цены.
45. Стимулирование сбыта. Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования.

### Критерии оценивания студента на зачете.

Оценка зачета	Требования к знаниям и критерии выставления оценок
<i>Зачтено</i>	<p>Студент при ответе демонстрирует содержание тем учебной дисциплины, владеет основными понятиями дисциплины, знает особенности ее предмета, имеет представление об его особенностях и специфике.</p> <p>Информирован и способен делать анализ проблем и намечать пути их решения.</p>
<i>Незачтено</i>	<p>Студент при ответе демонстрирует плохое знание значительной части основного материала дисциплины.</p> <p>Не информирован или слабо разбирается в проблемах, и или не в состоянии наметить пути их решения.</p>

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

**Текущий контроль студентов.** Текущий контроль студентов по дисциплине проводится в соответствии с Уставом, иными локальными нормативными актами ЧОУ ВО «Балтийский Гуманитарный Институт» и является обязательной.

Текущий контроль по дисциплине проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний (тестирование по основным понятиям, закономерностям, положениям и т.д.);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (работа на семинарах/ практических занятиях);
- результаты самостоятельной работы (работа на семинарских занятиях, изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность студента на занятиях оценивается на основе выполненных студентом работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины. Студент, пропустивший два занятия подряд, допускается до последующих занятий на основании допуска.

Кроме того, оценивание студента проводится на рубежном контроле по дисциплине. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период. Оценивание осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с Уставом, иными локальными нормативными актами ЧОУ ВО «Балтийский Гуманитарный Институт» и является обязательной.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с учебным планом в период зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с графиком проведения зачетов, экзаменов и защиты курсового проекта.

Студенты получают зачет по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины, в том числе и зачетного задания.

В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями, указанными в программе дисциплины.

Зачет принимает преподаватель, ведущий семинарские (практические) занятия по курсу.

Оценка знаний студента на зачете определяется его учебными достижениями в семестровый период и результатами рубежного контроля знаний и выполнением им зачетного задания.

Знания умения, навыки студента на зачете оцениваются оценками: «зачтено», «незачтено».

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.