

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Карпов Евгений Борисович
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.03.2022 16:50:40
Уникальный программный ключ:
34e81b9ebf022d792ddf4ba544335e5b15ea819d76c11d21098d2f3e86a810b



МЕЖДУНАРОДНАЯ ПОЛИЦЕЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ВПА
Автономная некоммерческая организация высшего образования
АНО ВО МПА ВПА



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

И.М. Окунева

24 декабря 2021 г.

Стратегический менеджмент

рабочая программа дисциплины (модуля)

Учебный план 38.03.02 Менеджмент
Учебный год начала подготовки 2022-2023

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **7 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 252
в том числе:
аудиторные занятия 24
самостоятельная работа 215
часов на контроль 13

Виды контроля в семестрах:
экзамены 8
зачеты 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		8 (4.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп		
Неделя	17		18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	8	8	12
Практические	8	8	8	12	16	20
Итого ауд.	12	12	12	20	24	32
Контактная работа	12	12	12	20	24	32
Сам. работа	128	92	87	115	215	207
Часы на контроль	4	4	9	9	13	13
Итого	144	108	108	144	252	252

Рабочая программа дисциплины

Стратегический менеджмент

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

составлена на основании учебного плана:

38.03.02 Менеджмент

утвержденного учёным советом вуза от 23.12.21 протокол № 3.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины "Стратегический менеджмент" является теоретическая подготовка студентов в области разработки и реализации экономической стратегии предприятия путем изложения основных подходов, принципов и методов стратегического менеджмента, а так же привитие навыков практического использования методов и процедур стратегического анализа и разработки сценариев стратегического развития коммерческой организаций.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.04
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Имитационное моделирование экономических процессов
2.1.2	Организация и оплата труда
2.1.3	Управленческий консалтинг
2.1.4	Методы принятия управленческих решений
2.1.5	Мировая экономика и МЭО
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Бухгалтерский управленческий учет
2.2.2	Конкурентный анализ
2.2.3	Производственный менеджмент
2.2.4	Теория и практика конкуренции
2.2.5	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
2.2.6	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.7	Производственная практика (преддипломная практика)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-3: Способен формировать комплекс исходных данных для оперативного планирования

ПК-3.1: Выбирает оптимальные методы и инструменты планирования

ПК-3.2: Налаживает взаимодействие между подразделениями

ПК-7: Способен к тактическому управлению процессами организации производства

ПК-7.1: Разрабатывает предложения по рационализации структуры управления производством в соответствии с целями и стратегией организации, действующих систем, форм и методов управления производством, по совершенствованию организационно-распорядительной документации и организации документооборота, по внедрению технических средств обработки информации, персональных компьютеров и сетей, автоматизированных рабочих мест

ПК-7.2: Обеспечивает участие работников структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	общетеоретические основы стратегического менеджмента;
3.1.2	в чем заключается стратегический аспект менеджмента развития организации;
3.1.3	содержание и порядок проведения стратегического анализа;
3.1.4	основные направления, правила и процедуры разработки стратегии фирмы;
3.1.5	структуру и цикл стратегического управления и его стадии;
3.2	Уметь:
3.2.1	использовать современные методы анализа внешней и внутренней среды организации;
3.2.2	проводить конкурентный анализ;
3.2.3	использовать стратегические матрицы при проведении портфельного анализа;
3.2.4	проводить оценку возникающих возможностей и угроз со стороны внешней среды организации, её сильных и слабых сторон;
3.2.5	формулировать миссию коммерческой организации;
3.2.6	выбирать и разрабатывать стратегию организации на основе проведенных анализов;

3.2.7	применять знания для разработки стратегических альтернатив и выбора конкретной стратегии организации, формирования системы стратегического контроля.
3.3	Владеть:
3.3.1	основными понятиями стратегического менеджмента;
3.3.2	циклом стратегического управления и его стадиями;
3.3.3	особенностями конкурентных, эталонных (базовых) и маркетинговых стратегий;

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов
	Раздел 1. Введение в стратегический менеджмент		
1.1	Предпосылки и история развития стратегического менеджмента /Ср/	7	10
1.2	Этапы развития корпоративного планирования /Ср/	7	10
1.3	Понятие и сущность стратегического менеджмента /Лек/	7	1
1.4	Принципы стратегического менеджмента /Ср/	7	12
1.5	Базовые модели стратегического менеджмента /Лек/	7	1
1.6	Школы стратегического планирования (по Минцбергу) /Ср/	7	10
	Раздел 2. Основные составляющие и содержание стратегического менеджмента		
2.1	Стратегические проблемы развития организаций /Ср/	7	10
2.2	Стратегическая единица бизнеса /Лек/	7	1
2.3	Понятие и уровни стратегических решений /Ср/	7	12
2.4	Управление циклами развития товара /Пр/	7	2
2.5	Структура стратегического менеджмента /Ср/	7	12
	Раздел 3. Конкурентные преимущества		
3.1	Виды (формы) конкурентных рынков. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества /Ср/	7	16
3.2	Анализ конкурентных преимуществ /Пр/	7	2
3.3	Базовые конкурентные стратегии М. Портера /Пр/	7	2
3.4	Стратегии фокусирования, первопроходца и синергизма /Лек/	7	1
3.5	Стратегии конкуренции на конкретном рынке /Пр/	7	2
3.6	/Зачёт/	7	4
	Раздел 4. Анализ среды организации		
4.1	Взаимоотношения организации и среды /Лек/	8	1
4.2	Методологические аспекты стратегического анализа среды /Пр/	8	1
4.3	SWOT анализ /Лек/	8	1
4.4	Ситуационный анализ. Отраслевой анализ /Пр/	8	1
	Раздел 5. Стратегические матрицы		
5.1	Назначение стратегических матриц /Ср/	8	14
5.2	Портфельный анализ /Пр/	8	2
5.3	Матрица BOSTON CONSULTING GROUP (БКГ) /Ср/	8	10
5.4	Матрица Дженерал Электрик\Мак Кинси (GE/McKinsey) /Ср/	8	10
5.5	Матрица направленной политики компании Шелл /Ср/	8	14
	Раздел 6. Стратегии предприятий		
6.1	Эталонные стратегии: основные характеристики /Ср/	8	14
6.2	Диверсификация и интеграция /Лек/	8	1
6.3	Стратегии поведения фирм /Ср/	8	13
6.4	Базовые конкурентные стратегии /Пр/	8	2
6.5	Ценовые стратегии /Лек/	8	1
6.6	Стратегии сокращения расходов /Пр/	8	1
	Раздел 7. Определение общего направления деятельности фирмы		
7.1	Понятие и разработка миссии /Лек/	8	1
7.2	Формирование стратегических целей организации /Лек/	8	1
7.3	Стратегические изменения в организации /Пр/	8	1
7.4	Бенч маркетинг /Лек/	8	1

7.5	Стратегии внешнеэкономической деятельности /Лек/	8	1
7.6	Понятие рисков /Ср/	8	14
Раздел 8. Контроль реализации стратегии			
8.1	Сущность и задачи контроля /Пр/	8	2
8.2	Виды контроля /Ср/	8	16
8.3	Характеристики эффективного контроля /Ср/	8	10
8.4	Основные аспекты стратегического контроля /Пр/	8	1
8.5	Проектирование систем управления /Пр/	8	1
8.6	/Экзамен/	8	9

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Вопросы для самоконтроля и текущей аттестации

Тема 1 «Введение в стратегический менеджмент»

1. Когда был введен термин "стратегическое управление"?
2. Укажите основных авторов (исследователей), занимающихся разработкой идей стратегического планирования и управления.
3. Укажите основные причины и факторы, которые обусловили возрастание роли стратегического управления.
4. Охарактеризуйте четыре этапа развития корпоративного планирования.
5. Дайте определение следующим терминам "стратегия" и "стратегический менеджмент"
6. Укажите основные различия оперативного и стратегического управления.
7. Дайте определения корпоративной, деловой и функциональной стратегий.
8. Охарактеризуйте школы стратегического планирования, выделенные Минтцбергом

Тема 2 «Основные составляющие и содержание стратегического менеджмента»

1. В каких случаях стоит вносить изменения в стратегию фирмы?
2. Охарактеризуйте три последовательные стадии структурного развития корпорации
3. Дайте определение термину "стратегическая единица бизнеса".
4. Каковы особенности стратегических решений?
5. Охарактеризуйте три основных образа действий при формулировке стратегии, которые определяются личностью и системой ценностей высшего руководства (по Минцбергу).
6. Какие существуют уровни стратегических решений?
7. Каковы принципы стратегического менеджмента?
8. Что входит в структуру стратегического менеджмента?
9. Какова взаимосвязь пяти управленческих процессов, которые входят в структуру стратегического менеджмента?

Тема 3 «Конкурентные преимущества»

1. Что необходимо знать для определения конкурентных преимуществ предприятия?
2. Раскройте понятие «конкурентное преимущество».
3. Укажите основные модели конкурентных преимуществ М. Портера. В чем они заключаются.
4. При каких условиях предприятие выбирает стратегию лидерства в издержках? В чем сильные стороны данной стратегии?
5. Дайте определение рыночной ниши. Когда уместно применять стратегию фокусирования?
6. Может ли предприятие одновременно придерживаться стратегии лидерства в издержках и дифференциации?

Тема 4 «Анализ среды организации»

1. Как вы понимаете утверждение, что "внутренняя среда организации является источником ее жизненной силы"?
2. Опишите факторы внешней среды, воздействующие на фирму.
3. Какие факторы (компоненты) составляют макроокружение организации
4. Какие элементы (субъекты) входят в непосредственное окружение организации?
5. Какие методы применяются при анализе внутренней среды?
6. Какие методы применяются при анализе макросреды?
7. Какие методы применяются при анализе внешней среды - среды непосредственного окружения?
8. Каковы основные цели анализа среды?
9. Какие цели преследуются при анализе непосредственного окружения?
10. Объясните сущность отраслевого анализа.

Тема 5 «Стратегические матрицы»

1. Дайте краткую характеристику матриц:
 - Бостонской консультационной группы;
 - GE/;
 - Шелл
 - И. Ансоффа
2. В чем недостатки матрицы БКГ
3. Обоснуйте связь портфельного анализа и стратегических матриц

Тема 6 «Классификация стратегий»

1. Охарактеризуйте два различных подхода к выработке стратегии
2. В чем сущность стратегии концентрированного роста. Перечислите виды стратегии концентрированного роста.
3. Дайте определение понятия «диверсификация».
4. Приведите примеры использования стратегии диверсификации
5. Охарактеризуйте стратегию интегрированного роста.
6. Укажите основные стратегии достижения конкурентных преимуществ.
7. Укажите классификации ценовых стратегий
8. Стратегии сокращения расходов (экономии)

Тема 7 «определение общего направления деятельности фирмы»

1. В чем сущность понятия "миссия организации"?
2. С учетом каких факторов должна выработываться миссия организации?
3. Интересы каких субъектов отражает миссия?
4. Дайте определение "целей организации"
5. Приведите классификацию целей предприятия.
6. Каковы критерии качества целей?

Тема 8 «Контроль реализации стратегии»

1. Основные задачи контроля в стратегическом менеджменте.
2. Перечислите виды контроля.
3. Каким требованиям должна соответствовать поступающая из системы контроля информации
4. Укажите показатели, по которым будет проводиться оценка реализации стратегии
5. Дайте определение «системы управления».

5.2. Темы письменных работ (контрольных и курсовых работ, рефератов)

Понятие функции и принципы стратегического управления
 Значение анализа внутренней среды организации в условиях конкуренции
 Роль стратегических решений при управлении производственной организацией
 Методология проведения SWOT-анализа в коммерческой организации
 Технология и основные инструменты стратегического анализа внутренней среды коммерческой организации.
 Анализ внешней среды как фактор осуществления запланированных стратегических изменений в организации
 Управление процессом стратегических изменений в организации
 Назначение и методология проведения портфельного анализа
 Основные инструменты проведения стратегического анализа макросреды
 Разработка и установление миссии коммерческой организации
 Цели организации как инструмент стратегического управления
 Конкурентные преимущества и основные направления их достижения
 Воздействие групп влияния на процесс стратегического изменения
 Конкурентное преимущество, как решающий фактор стратегического успеха фирмы
 Конкурентное окружение организации и прогнозирование его изменений
 Выбор конкурентной стратегии в производственной организации
 Учет факторов риска и неопределенности в стратегическом менеджменте
 Методические основы оценки конкурентоспособности различных объектов
 Стратегические ресурсы производственного предприятия
 Назначение стратегических матриц в современном менеджменте
 Анализ ресурсного потенциала предприятий.
 Цели и мотивы использования стратегии интегрированного роста
 Сущность и назначение стратегии концентрированного роста
 Цели и мотивы использования стратегии диверсификации
 Отраслевой анализ в организации, функционирующей в условиях олигополии
 Принципы организации системы контроля на предприятии.
 Влияние факторов непосредственного окружения (микросреды) на выбор базовых стратегий организации
 Использование контроля в стратегическом менеджменте

5.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

1. Роль и значение стратегического маркетинга в торговле.
2. Вертикальная и горизонтальная интеграция в торговле, ее роль в повышении конкурентоспособности предприятий.
3. Взаимоотношения с поставщиками – устойчивое конкурентное преимущество розничного торгового предприятия.
4. Конкурентные преимущества предприятия розничной торговли. Устойчивое конкурентное преимущество.
5. Выбор местоположения розничного предприятия - устойчивое конкурентное преимущество. Факторы, влияющие на выбор.
6. Изменения в поведении потребителей и их влияние на деятельность предприятия розничной торговли.
7. Значение обслуживания покупателей в розничной торговле.
8. Понятие торговой зоны, особенности, размер, форма.
9. Оценка существующего состояния конкуренции на рынке розничной торговли. Модель М. Портера, особенности ее использования в розничной торговле.
10. Критерии оценки сегмента розничного торгового предприятия

11. Виды программ лояльности и их использование в торговле. Преимущества и недостатки.
12. Новая макромаркетинговая среда и ее влияние на процессы, происходящие в торговле.
13. Основные типы современных торговых предприятий и их конкурентные преимущества.
14. Процесс стратегического планирования в торговле, основные этапы, их краткая характеристика.
15. Ошибки в позиционировании розничного торгового предприятия. Репозиционирование.
16. Параметры для оценки местоположения магазина и их характеристика.
17. Подходы к разработке стратегии розничного торгового предприятия. Использование стратегий массового, дифференцированного и концентрированного маркетинга в торговле.
18. Собственная торговая марка розничного предприятия как элемент его конкурентоспособности. Особенности собственных торговых марок.
19. Политика собственных торговых марок розничного торгового предприятия, положительные и отрицательные стороны.
20. Понятие зоны торгового обслуживания; ее характеристика и особенности.
21. Процесс выбора магазина покупателем.
22. Разработка плана маркетинг – микс торгового предприятия.
23. Основные элементы имиджа розничного торгового предприятия, их характеристика.
24. Преимущества и недостатки собственных марок розничного торгового предприятия для производителей и потребителей.
25. Стратегии позиционирования розничного торгового предприятия. Построение карт позиционирования.
26. Стратегии роста торговых предприятий: проникновение на рынок, расширение рынка.
27. Стратегии роста торговых предприятий: развитие новой формы торговли, диверсификация.
28. Типы поставщиков, их преимущества и недостатки для розничных торговцев.
29. Торговые марки производителей и их значение для розничного торговца.
30. Внешний имидж магазина и его влияние на выбор покупателя.
31. Внутренний имидж магазина и его влияние на выбор покупателя.
32. Факторы формирования имиджа торгового предприятия.
33. Формирование лояльности покупателей к торговому предприятию.
34. Типы оргструктур службы маркетинга розничного торгового предприятия, их особенности (независимое р.т.п., сетевые магазины, диверсифицированные компании).
35. Место отдела маркетинга в структуре управления торгового предприятия.
36. Сегментация и выбор целевого рынка розничным торговым предприятием.
37. Признаки сегментации потребительского рынка розничного предприятия торговли.
38. Типы рынков и конкурентные ситуации для торговли.
39. Особенности конкурентоспособности розничного торгового предприятия. Аспекты, характеризующие ее относительный характер.
40. Типы конкуренции на рынке розничной торговли: внутриформатная, межформатная.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год, эл. адрес
Л1.1	Фомичев, А.Н.	Стратегический менеджмент: учебник	М. : Дашков и Ко, 2018. , 2018 http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496068

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год, эл. адрес
Л2.1	Долгов А. И. , Прокопенко Е. А.	Стратегический менеджмент: Учебное пособие	М.: Флинта, 2016 http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83145

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

6.2.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1 Open Office

6.2.2 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.3.2.1 <http://www.consultant.ru/> Справочная правовая система «КонсультантПлюс».

6.3.2.2 sdo.tie.i.ru - Электронная информационно-образовательная среда(ЭИОС)

6.3.2.3 <http://biblioclub.ru/> ЭБС «Университетская библиотека online»

6.3.2.4 <http://library.tie.i.ru/> - ЭЛЕКТРОННАЯ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	<p>Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей). Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно - образовательную среду.</p>
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ И КРИТЕРИЯМ ОЦЕНИВАНИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого лектором материала, после лекции и во время специально организуемых индивидуальных встреч он может задать лектору интересующие его вопросы.

Лекционные занятия составляют основу теоретического обучения и должны давать систематизированные основы знаний по дисциплине, раскрывать состояние и перспективы развития соответствующей области науки, концентрировать внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулировать их активную познавательную деятельность и способствовать формированию творческого мышления.

Главная задача лекционного курса - сформировать у обучающихся системное представление об изучаемом предмете, обеспечить усвоение будущими специалистами основополагающего учебного материала, принципов и закономерностей развития соответствующей научно-практической области, а также методов применения полученных знаний, умений и навыков.

Основные функции лекций: 1. Познавательно-обучающая; 2. Развивающая; 3. Ориентирующе-направляющая; 4. Активизирующая; 5. Воспитательная; 6. Организующая; 7. информационная.

Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на лекции, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке важны не только серьезная теоретическая подготовка, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий. Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с исходными данными, научной литературой и специальными документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий.

При проведении учебных занятий обеспечиваются развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей). Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

Для контроля знаний студентов по данной дисциплине необходимо проводить оперативный, рубежный и итоговый контроль.

Оперативный контроль осуществляется путем проведения опросов студентов на семинарских занятиях, проверки выполнения практических заданий, а также учета вовлеченности (активности) студентов при обсуждении мини-докладов, организации ролевых игр и т.п.

Контроль за самостоятельной работой студентов по курсу осуществляется в двух формах: текущий контроль и итоговый. Рубежный контроль (аттестация) подразумевает проведение тестирования по пройденным разделам курса. В тестирование могут быть включены темы, предложенные студентам для самостоятельной подготовки, а также практические задания.

Уровень сформированности профессиональных компетенций каждого обучающегося оценивается по следующей шкале (от 1 до 5):

1 – не справляется с выполнением типовых профессиональных задач, не проявляет ни один из навыков, входящих в компетенцию;

2 – не справляется с выполнением типовых профессиональных задач, проявляет отдельные навыки, входящие в

компетенцию;

3 – выполняет типовые профессиональные задачи при консультационной поддержке: пороговый (критический) уровень готовности;

4 – самостоятельно выполняет типовые профессиональные задачи. Для решения нестандартных задач требуется консультационная помощь: пороговый (допустимый) уровень готовности;

5 – все профессиональные (типовые и нестандартные) профессиональные задачи выполняет самостоятельно: повышенный уровень готовности.

Бально-рейтинговая оценка по промежуточной аттестации проводимой в форме экзамена и (или) дифференцированного зачета выставляется в соответствии со следующей шкалой:

50–71 – «удовлетворительно»;

71–92 – «хорошо»;

92–100 – «отлично».

Далее приводятся критерии оценки результатов ответов. Например:

Оценка "ОТЛИЧНО" ставится обучающемуся, показавшему повышенный уровень готовности.

Оценка "ХОРОШО" ставится обучающемуся, показавшему пороговый (допустимый) уровень готовности.

Оценка "УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО" ставится обучающемуся, показавшему пороговый (критический) уровень готовности.

Бально-рейтинговая оценка по промежуточной аттестации проводимой в форме зачета выставляется в соответствии со следующей шкалой:

51–100 – «зачтено».

Далее приводятся критерии оценки результатов ответов. Например:

Оценка "зачтено" ставится обучающемуся, минимально показавшему пороговый (критический) уровень готовности.