Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.10.2026 10:04:43
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a878bb8322325



**Фонд оценочных средств**
**для промежуточной аттестации**
по дисциплине (модулю)
***Управление организацией (предприятием)***

Направление подготовки (специальность)
**38.05.01 Экономическая безопасность**

Направленность (профиль)
**Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности**

Присваиваемая квалификация
экономист (специалист)

Челябинск 2025

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

# СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень формируемых компетенций
3. Содержание оценочных средств по дисциплине
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

# 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *38.05.01 Экономическая безопасность*
Направленность (профиль) *Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности*
Дисциплина: *Управление организацией (предприятием)*
Курс (курсы) изучения: *3*
Форма (формы) промежуточной аттестации: *экзамен*

# 2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

## 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Управление организацией (предприятием)» направлено на формирование следующих компетенций:

| Коды компетенции согласно ФГОС (ОПОП ВО) | Содержание компетенций согласно ФГОС (ОПОП ВО) | Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
|---|---|---|---|
| УК-3 | Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели | УК-3.1. Разрабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели.<br>УК-3.2. Умеет организовывать и руководить работой команды.<br>УК-3.3. Демонстрирует понимание результатов работы команды и личных действий в ней. | **Знает** сущность, функции и методы управления<br>**Умеет** организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели<br>**Владеет** способами организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели |
| ПК-4 | Способен осуществлять подготовку экономических | ПК-4.1. Знает экономические показатели результатов | **Знает** экономические показатели результатов социально-экономического развития государственных |

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

| | | | |
|---|---|---|---|
| | обоснований для стратегических и оперативных планов развития государственных систем и корпоративных бизнес-процессов | социально-экономического развития государственных систем и производственной деятельности организации и ее подразделений, а также порядок разработки стратегических и тактических планов социально-экономической, финансово-хозяйственной и производственной деятельности организаций различных форм собственности<br>ПК-4.2. Умеет составлять и анализировать социально-экономическую и финансово-экономическую отчетность организаций различных форм собственности<br>ПК-4.3. Владеет методами экономико-математического и статистического анализа и учета показателей деятельности организаций различных форм собственности | систем и производственной деятельности организации и ее подразделений, а также порядок разработки стратегических и тактических планов социально-экономической, финансово-хозяйственной и производственной деятельности организаций различных форм собственности<br>**Умеет** составлять и анализировать социально-экономическую и финансово-экономическую отчетность организаций различных форм собственности<br>**Владеет** методами экономико-математического и статистического анализа и учета показателей деятельности организаций различных форм собственности |

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

# 3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

## 3.1 Виды оценочных средств

| № п/п | Код компетенции/ планируемые результаты обучения | Контролируемые темы/ разделы | Наименование оценочного средства для текущего контроля | Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания |
|---|---|---|---|---|
| 1 | УК-3<br>ПК-4 | Раздел 1. Понятие, содержание и структура управления организацией | Тесты<br>Доклады | Теоретические вопросы к экзамену Блок 1 № 1-24, Задания теста Блок 1 № 1-20 |
| 2 | УК-3<br>ПК-4 | Раздел 2. Управление маркетингом предприятия | Тесты<br>Доклады | Теоретические вопросы к экзамену Блок 2 № 1-28, Задания теста Блок 2 № 1-24 |

*Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.*

## 3.2 Содержание оценочных средств

База тестовых вопросов

| № п/п | Формулировка вопроса | Варианты ответов (полужирным шрифтом – верные варианты) |
|---|---|---|
| **Раздел 1. Понятие, содержание и структура управления организацией** | | |
| 1 | 1. Планирование, организация, регулирование и контроль - это: | 1) обязанность менеджера<br>2) **функции менеджмента**<br>3) этапы планирования<br>4) новый метод управления |
| 2 | Предварительный, заключительный и текущий контроль - это: | 1) **этапы контроля**<br>2) методы контроля<br>3) объекты контроля<br>4) принципы контроля |
| 3 | Возможность влиять на поведение других – это: | 1) мотивация<br>2) стимулирование<br>3) **власть**<br>4) политика |
| 4 | Какова важнейшая функция управления? | 1) получение максимальной прибыли<br>2) **создание условий для дальнейшего успешного функционирования предприятия**<br>3) минимизация налоговых платежей<br>4) завоевание новых рынков сбыта |
| 5 | Ситуация, характеризующаяся таким различием между желаемым и существующим | 1) **проблема**<br>2) задача |

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

| | | |
|---|---|---|
| | состоянием управляемой подсистемы, которое препятствует ее развитию и нормальному функционированию – это: | 3) катастрофа<br>4) результат неэффективного менеджмента |
| 6 | Власть, основанная на принуждении – это: | 1) эталонная власть<br>2) экспертная власть<br>3) незаконная власть<br>4) **нет правильного ответа** |
| 7 | Действие, направленное на восстановление контроля за ходом событий и/или корректировку нормативов оценки деловой информации в соответствии с обстановкой и/или использование открывшихся возможностей – это: | 1) **управленческое решение**<br>2) регулирование<br>3) стратегическое управление<br>4) оперативное планирование |
| 8 | Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения определенных целей – это: | 1) насилие<br>2) **мотивация**<br>3) помощь<br>4) проектный менеджмент |
| 9 | К задачам планирования не относится | 1) перспективная ориентация и раннее распознавание проблем развития<br>2) создание объективной базы для эффективного контроля<br>3) **обновление плановых заданий, нормативов, стандартов с целью обеспечения своевременного и эффективного достижения целей организации**<br>4) информационное обеспечение работников организации |
| 10 | Процесс регулирования разных видов деятельности, структур организации - это: | 1) анализ среды и стратегическое планирование<br>2) контроль<br>3) мотивация<br>4) **координация** |
| 11 | В теории менеджмента к функциям управления относятся: | 1) **контроль**<br>2) финансовый менеджмент<br>3) маркетинг<br>4) ценообразование |
| 12 | Управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима функционирования и приведение объекта управления в требуемое состояние – это: | 1) **регулирование**<br>2) контроль<br>3) политика<br>4) власть |
| 13 | Управленческая деятельность по фиксированию состояния объекта управления с начального до конкретного момента времени – это: | 1) наблюдение<br>2) **учет**<br>3) анализ<br>4) аудит |
| 14 | Основная причина создания команды в организации: | 1) экономия времени<br>2) экономия человеческих ресурсов<br>3) мода<br>4) **возможность синергии** |
| 15 | Ситуация, характеризующаяся таким различием между желаемым и существующим состоянием управляемой подсистемы, которое препятствует ее развитию и нормальному функционированию – это: | 1) **проблема**<br>2) задача<br>3) катастрофа<br>4) результат неэффективного менеджмента |

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

| | | |
|---|---|---|
| 16 | Проблема в системе управления – это: | 1) направление исследования системы управления<br>2) совокупность информации о состоянии системы управления<br>3) **противоречие, требующее нахождения метода решения и самого решения**<br>4) кризисная ситуация, требующая немедленного принятия радикальных мер |
| 17 | Способность оказывать влияние на отдельные личности, группы и направлять их усилия на достижение целей организации, не используя властные полномочия: | 1) **лидерство**<br>2) руководство<br>3) дифференциация<br>4) мотивация |
| 18 | Конкретные конечные результаты, которые хотела бы достичь организация - это: | 1) **цели**<br>2) миссия<br>3) стратегия<br>4) тактика деятельность организац |
| 19 | Менеджмент может рассматриваться как: | 1) вид трудовой деятельности<br>2) орган управления<br>3) категория людей<br>4) научная дисциплина<br>5) **всё вышеперечисленное**<br>6) только 1) и 4) |
| 20 | Какими должны быть цели организации: | 1) обязательно долгосрочными и труднореализуемыми<br>2) легкореализуемыми<br>3) **конкретными и измеримыми**<br>4) не взаимосвязанными |
| | **Раздел 2. Управление маркетингом предприятия** | |
| 1 | Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка: | а) изучение товара;<br>б) **изучение рынка**;<br>в) изучение покупателей;<br>г) изучение конкурентов. |
| 2 | К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению? | а) товары импульсной покупки<br>б) товары особого спроса<br>в) **товары повседневного спроса**<br>г) товары предварительного выбора<br>д) товары пассивного спроса |
| 3 | К стимулированию спроса можно отнести: | а) конкурсы с подарками;<br>б) беспроигрышные лотереи;<br>в) зачетные купоны, скидки;<br>г) **все вышеперечисленное**. |
| 4 | Нужда становится мотивом совершения покупки, когда: | а) **человек удовлетворяет ее**;<br>б) она достигает максимального уровня;<br>в) человек отказывается от процесса ее удовлетворения;<br>г) она появляется. |
| 5 | Стратегия диверсификации - это: | а) проникновение на новые рынки со старым товаром;<br>б) проникновение на новые рынки с новым товаром;<br>в) **включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия.** |

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

| | | |
|---|---|---|
| 6 | Затраты фирмы на рекламу: | а) составляют 1 % от суммы продаж;<br>б) составляют 2-10 % от суммы продаж;<br>в) составляют 20 % от суммы продаж;<br>г) **зависят от вида хозяйственной деятельности фирмы**. |
| 7 | К каналам личной коммуникации можно отнести: | а) **общение одного лица с аудиторией**;<br>б) прямую почтовую рекламу;<br>в) рекламу по телевидению;<br>г) печатную рекламу. |
| 8 | К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи: | а) географическому;<br>б) **демографическому;**<br>в) поведенческому;<br>г) психографическому. |
| 9 | Что такое территориальный маркетинг? | а) Это международный маркетинг, маркетинг во внешней торговле;<br>б) Это маркетинг предприятий;<br>в) Это маркетинг, присущий данной территории и базирующийся на ее специфических чертах, особенностях;<br>г) **Это маркетинг в интересах территории и территориальных субъектов, осуществляемый как в ее пределах, так и за ее пределами** |
| 10 | Какой этап жизненного цикла товара обычно характеризуется максимально низкой ценой? | а) Выведение на рынок;<br>б) Рост;<br>в) Зрелость;<br>г) **Упадок;**<br>д) Возрождение. |
| 11 | Качество товара — это: | а) **набор необходимых характеристик товара, которыми должны быть наделены товары для соответствия своему назначению**;<br>б) способность товара выполнять свое функциональное назначение;<br>в) отсутствие у товара видимых дефектов;<br>г) сертификация товара;<br>д) стандартизация товара. |
| 12 | На стадии рыночной зрелости жизненного цикла товара | а) **большой необходимости в стимулировании сбыта нет**;<br>б) спрос на товар превосходит предложение;<br>в) конкуренция начинает насыщать рынок;<br>г) доходы и цены начинают снижаться;<br>д) эксплуатация рыночной доли снижается. |
| 13 | Несохранимость услуги является проблемой для фирм сферы услуг в условиях: | а) постоянного спроса;<br>б) **колебания спроса на услуги**;<br>в) колебания предложения услуг;<br>г) равновесия между спросом и предложением на услуги. |
| 14 | Атрибутом позиционирования является: | а) количество сотрудников на предприятия;<br>б) **цена**;<br>в) мощность предприятия;<br>г) широта ассортимента выпускаемой продукции. |
| 15 | Товар является новым, если: | а) **его так оценивает рынок**;<br>б) производитель по-новому рекламирует товар;<br>в) производитель использует современную |

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

| | | |
|---|---|---|
| | | технологию его изготовления;<br>г) имеет бренд;<br>д) имеет торговую марку. |
| 16 | В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления? | а) **На нем меньше покупателей, и они крупнее и профессиональнее**;<br>б) Спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления;<br>в) Спрос на товары резко меняется. |
| 17 | Приведение товара в соответствие с запросами покупателя – это пример… | а) рекламации<br>б) модернизации производства<br>в) интернационализации<br>г) **маркетинговой ориентации** |
| 18 | Вы купили машину. К какому виду товара она относится? | а) товар личного потребления;<br>б) товар массового спроса;<br>в) **товар предварительного выбора**;<br>г) товар пассивного спроса |
| 19 | Задачей товарной политики является: | а**) управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью**;<br>б) поиск потребителей, желающих приобрести товар;<br>в) производить как можно больше товаров;<br>г) определение цели;<br>д) определение мероприятий |
| 20 | Маркетинговая функция «распределение» | а) **передает товары и услуги в руки конечных потребителей**;<br>б) позволяет предприятиям создавать товары, которые удовлетворяют нужды покупателей;<br>в) освобождает компанию от необходимости управлять стимулированием сбыта товаров;<br>г) позволяет предприятиям привлечь покупателей к товару;<br>д) позволяет уменьшить издержки обращения. |
| 21 | Наращивание ассортимента означает: | а) изменение характеристик товара в сторону улучшения их параметров;<br>б) изменение характеристик товара в сторону снижения их параметров;<br>в) **расширение общего числа товаров**;<br>г) изменение атрибутов товара;<br>д) улучшение качества товара. |
| 22 | Первая стадия в процессе создания нового продукта — это: | а) управленческий анализ;<br>б) конструирование товара;<br>в) **создание идеи**;<br>г) аудит;<br>д) маркетинговые исследования. |
| 23 | Назовите правильную последовательность жизненного цикла товара: | а) рост, зрелость, выведение, спад;<br>б) внедрение, зрелость, рост, спад;<br>в) **внедрение, рост, зрелость, спад**; |
| 24 | Конкурсы, премии и льготы являются специфическими приемами: | а) прямого маркетинга;<br>б) пропаганды;<br>в) рекламы;<br>г) **стимулирования сбыта** |

Примерная тематика докладов для раздела 1

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

1. Природа и виды конфликтов в организации
2. Причины и последствия конфликта. Управление конфликтом
3. Виды мотивации персонала
4. Бизнес-этика и деловой этикет
5. Миссия и цели организации
6. Экологический менеджмент на предприятии
7. Основные характеристики тайм-менеджмента
8. Особенности самоменеджмента (селфменеджмента)
9. Специфика японского менеджмента
10. Специфика российского менеджмента
11. Специфика американского менеджмента
12. Особенности ведения деловых переговоров
13. Жизненный цикл предприятия
14. Психологический портрет и деловые качества менеджера
15. Корпоративная культура
16. Теория справедливости
17. Кадровая политика: подготовка, собеседования, обучение
18. Методы управления карьерой в организации
19. Делегирование полномочий – условия, цели, ошибки
20. Специфика менеджмента в малом бизнесе
21. Особенности менеджмента в транснациональных корпорациях
22. Антикризисное управление на предприятии
23. Управление предпринимательскими рисками
24. PR-менеджмент
25. Особенности влияния внешней среды на деятельность предприятия
26. Стили руководства в управлении

Примерные темы докладов для раздела 2

1. Формирование имиджа и стиля фирмы
2. Бренд: сущность и значение
3. Сбыт продукции оптом и в розницу
4. Крупные торговые сети: особенности функционирования и маркетинговая политика
5. Разработка товарной марки продукции
6. Конкуренты и конкурентная борьба как элемент маркетинговой политики
7. Недобросовестная конкуренция
8. SWOT-анализ и STEP (PEST)-анализ
9. Методы изучения деятельности фирм конкурентов
10. Особенности маркетинга в сфере образовательных услуг
11. Туристический маркетинг
12. Основы банковского маркетинга
13. Маркетинг в страховании
14. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы развития
15. Ошибки позиционирования товаров, услуг, компаний
16. Оценка конкурентоспособности
17. Государственное регулирование рынка

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

18. Рыночные посредники как направление маркетинговой деятельности
19. Методы прогнозирования спроса
20. Маркетинг в некоммерческих организациях
21. Политический маркетинг
22. Международный маркетинг: формы и их содержание
23. Интернет-маркетинг
24. Модель поведения покупателей, характеристики покупателей
25. Вирусная реклама
26. Коммерческая и социальная реклама: различия и аналогии
27. Упаковка как атрибут бренда
28. Маркетинг в сфере транспорта
29. Маркетинг на рынке высокотехнологичной продукции
30. Маркетинг в киноиндустрии
31. Маркетинг в сфере культуры

Вопросы к экзамену (Блок 1)

1. Управление: содержание, элементы, специфика использования
2. Менеджмент: подходы к определению понятия, уровни
3. Критерии и показатели эффективности менеджмента
4. Специализация и кооперирование как формы разделение труда
5. Жизненный цикл предприятия
6. Профессиональные требования и качества менеджера
7. Корпоративная культура
8. Европейская, американская, японская модели менеджмента
9. Особенности ведения деловых переговоров
10. Кадровая политика: цели, инструменты
11. Антикризисное управление на предприятии
12. Управление предпринимательскими рисками
13. Функции менеджмента: планирование
14. Функции менеджмента: организация и регулирование
15. Функции менеджмента: координация и мотивация
16. Функции менеджмента: руководство и контроль
17. Миссия и цели организации
18. Основные характеристики тайм-менеджмента
19. Особенности селфменеджмента
20. Содержание и виды управленческих решений
21. Причины и виды конфликтов. Управление конфликтом
22. Бизнес-этика и деловой этикет PR-менеджмент
23. Стили руководства в управлении
24. Специфика менеджмента в малом и крупном бизнесе

Вопросы к экзамену (Блок 2)

1. Функции маркетинга: производственная, аналитическая
2. Функции маркетинга: сбытовая, управления и контроля
3. Особенности функционального и нефункционального потребительского спроса

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

4. Концепции маркетинга: концепция совершенствования производства, совершенствования товара.
5. Концепции маркетинга: концепция интенсификации коммерческих усилий, чистого маркетинга и
социально-этического маркетинга
6. Жизненный цикл товара.
7. Управление маркетингом: анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков
8. Управление маркетингом: разработка комплекса маркетинга, претворение в жизнь маркетинговых
мероприятий
9. Модель поведения покупателей, характеристики покупателей
10. Сегментация рынка. Этапы сегментации. Признаки, критерии сегментации.
11. Процесс разработки и проведения маркетингового исследования.
12. Конкуренты и конкурентная борьба как элемент маркетинговой политики
13. Недобросовестная конкуренция
14. Оценка конкурентоспособности
15. Особенности маркетинга в сфере образовательных услуг
16. Способы реализации продукции: оптовая и розничная торговля.
17. Разработка товарной марки продукции
18. Туристический маркетинг
19. Основы банковского маркетинга
20. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы
21. Маркетинг в некоммерческих организациях
22. Международный маркетинг: формы и их содержание
23. Интернет-маркетинг
24. Вирусная реклама
25. Коммерческая и социальная реклама: различия и аналогии
26. Упаковка как атрибут бренда
27. Формирование имиджа и стиля фирмы
28. Бренд: сущность и значение

# 4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

## 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Экзамен проводится в 2 этапа. На первом этапе студент решает 10 тестовых вопросов закрытого типа. Продолжительность – 30 минут.

На втором этапе студент отвечает на теоретические вопросы открытого типа со свободным ответом, которые не предполагают вариантов ответа, правильный ответ требуется написать самостоятельно. Всего 2 вопроса. Продолжительность – 30 минут.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

## 4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

### 4.2.1 Критерии оценивания теоретического вопроса

Максимальный балл за ответ на теоретические вопросы — 100 баллов.

| **Отлично / 90-100 баллов** | **Хорошо / 70-80 баллов** | **Удовлетворительно / 50-60 баллов** | **Неудовлетворительно/ 0-40 балла** |
|---|---|---|---|
| Высокий уровень освоения проверяемых компетенций | Средний уровень освоения проверяемых компетенций | Базовый уровень уровень освоения проверяемых компетенций | Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций |
| Студент глубоко и полно владеет содержанием учебного материала; умеет связывать теорию с практикой, теоретические выводы подтверждает примерами, фактами, данными научных исследований; осуществляет межпредметные связи, предложения. Делает выводы логично, четко. Ясно и кратко излагает ответы на поставленные вопросы; умеет обосновывать свои суждения и профессионально-личностную позицию по излагаемому вопросу. Ответ носит самостоятельный характер. | Ответ студента соответствует указанным выше критериям, но содержание ответа имеет отдельные неточности (несущественные ошибки) в изложении теоретического и практического материала, отличается меньшей обстоятельностью, глубиной, обоснованностью и полнотой; допущенные ошибки исправляются студентом после дополнительных вопросов экзаменатора. | Студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности и существенные ошибки в определении понятий, формулировке положений, не привлекает для аргументации ответа основные положения исследовательских, концептуальных и нормативных документов, не | Студент имеет разрозненные, бессистемные знания: не умеет выделять главное и второстепенное; допускает ошибки в определении понятий, формулировке теоретических положений, искажает их смысл; не ориентируется в нормативно-концептуальных, программно-методических, исследовательских материалах, беспорядочно и неуверенно излагает материал; не умеет соединять теоретические положения с |

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | умеет обосновать свои суждения; наблюдается нарушение логики изложения. Ответ отличается низким уровнем самостоятельности, не содержит собственной профессионально-личностной позиции. | практикой; не умеет применять знания для обоснования и объяснения фактов, не устанавливает межпредметные связи. |

**4.2.2. Критерии оценивания теста**

Максимальный балл за тест — 100 баллов.

| Оценка | Отлично | Хорошо | Удовлетворительно | Неудовлетворительно |
|---|---|---|---|---|
| Баллы | 100-86 баллов | 85-70 баллов | 69-51 балл | 50-0 баллов |
| Уровень освоения проверяемых компетенций | высокий | средний | базовый | недостаточный |

**4.2.3. Критерии оценивания доклада**

Критерии оценки доклада:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если текст доклада тесно увязан с заявленной темой; актуальность представляемого материала обоснована и доказательна; доклад дополняется наглядной, информативной презентацией; материал доклада представляется эмоционально, громко и разборчиво; докладчик приводит конкретные примеры, подтверждающие те или иные факты из предметной области вопроса, акцентируя внимание на наиболее важные моменты материала;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если текст доклада в основных моментах пересекается с заявленной темой; студент представляет материал доклада понятно и доступно; докладчик приводит конкретные примеры, подтверждающие те или иные факты из предметной области вопроса;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если текст доклада частично отражает содержание заявленной темы; в ходе доклада студент практически всегда читает материал с листа; докладчик не приводит конкретных примеров, подтверждающих те или иные факты из предметной области вопроса;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если текст доклада не отражает содержание заявленной темы; в ходе доклада студент читает материал с листа;

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

докладчик не приводит конкретных примеров, подтверждающих те или иные факты из предметной области вопроса; студент не может ответить на задаваемые по теме доклада вопросы.

## 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

0-90 баллов - неудовлетворительно;
91- 130 баллов – удовлетворительно;
131- 165 баллов – хорошо;
166-200 баллов – отлично.

Особенности проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «отлично»:
   - предполагает формирование компетенций на более высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: формируются навыки систематизации данных, необходимых для решения экономических задач.
   - студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию о состоянии и проблемах микроэкономики, формулировать собственные выводы.
2. Средний уровень соответствует оценке «хорошо»:
   - предполагает формирование компетенций на высоком уровне: формируется комплексное знание особенностей функционирования экономики на микроуровне, умение сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения экономических задач;
   - студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».
3. Базовый уровень соответствует оценке «удовлетворительно»:
   - предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений микроэкономики;
   - студент способен отвечать на вопросы в форме закрытого теста. Количество правильных ответов – не менее 50%.
4. Низкий уровень соответствует оценке «неудовлетворительно».

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

**38.05.01, Экономическая безопасность, Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности, Управление организацией (предприятием), 2025 год набора**

Проректор по учебной работе утверждено 21.02.2025 А.А. Саламатов

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания № 1 от 11.02.2025

Председатель Ученого совета
факультета экономики и управления согласовано А.А. Егорова

**Заседанием кафедры экономической теории и регионального развития**

Протокол заседания № 8 от 04.02.2025

Заведующий кафедрой согласовано А.А. Саламатов

Автор (составитель) А.Р. Данилов

**Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1**

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»