ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы: Управление человеческими ресурсами

Дисциплина: Ценообразование

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Ценообразование» у обучающихся оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы

Выпускник программы должен обладать следующими компетенциями*:

– УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

*Примечание: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с основной профессиональной образовательной программой вуза. В качестве показателей рассматриваются результаты освоения дисциплины, выраженные через знания, умения и владения (таблица 1).

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 1 – Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования с точки зрения результатов освоения дисциплины.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-10 Способен принимать обоснованные эконо-	ИДК-УК-10.2 Знает порядок ценообразования, разрабатывает	Знать: порядок ценообразования, основные методы принятия решений в управлении ценообразо-

мические решения в различных областях жизнедеятельности	обоснованные экономические решения в области ценообразования	ванием Уметь: осуществлять самостоятельный анализ актуальных проблем в сфере ценообразования и разрабатывать обоснованные экономические решения в области ценообразования Владеть: навыками применения методов ценообразования

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	**Шкала оценивания**
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает знаниями основных методов принятия решений в управлении ценообразованием	Пороговый (обязательный)
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент умеет осуществлять самостоятельный анализ актуальных проблем в сфере ценообразования и находить оптимальные решения	Повышенный
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией. Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент владеет методами принятия решений в сфере ценообразования	Продвинутый

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины

Вопросы для самоконтроля и подготовки к текущему контролю методом устного опроса

Тема 1. Роль цены в условиях рынка

1. В чем заключается принципиальное отличие ценообразования в условиях рынка от условий командно-административной экономики?
2. Каково значение цены в рыночных условиях.
3. Каковы особенности принятия ценовых решений в разных моделях ценообразования?
4. В чем заключаются функции ценообразования?
5. Какие факторы влияют на уровень, структуру и динамику цен? Как они учитываются при принятии ценовых решений?

Тема 2. Система цен

1. Что такое система цен? Какие параметры характеризуют систему цен?
2. Чем объясняется взаимосвязь цен, входящих в единую систему?
3. Какие виды цен вы знаете?
4. Всегда ли предоставляемые скидки являются экономически оправданными?

Тема 3. Состав и структура цены

1. Представьте состав розничной цены по её составляющим.
2. Дайте характеристику основным структурным элементам цен.

Тема 4. Влияние издержек на формирование цен

1. В чем заключается влияние затрат на политику фирмы?
2. В чем заключается эффективный подход к ценообразованию?
3. Какие затраты принимаются во внимание при принятии ценовых решений и почему?
4. Как следует изменить систему учета затрат на предприятии, чтобы оптимизировать принятие ценовых решений?
5. Раскройте сущность относительного выигрыша от управления ценами.

Тема 5. Влияние покупателей на формирование цен

1. Что такое стоимость и ценность?
2. Какие факторы влияют на чувствительность покупателей к уровню цен? Как принимаются решения с учетом этих факторов?

3. Каким показателем оценивается реакция покупателей на изменение цен?
4. Какие виды эластичности выделяют?
5. Какие типы товаров можно выделить с точки зрения их влияния на уровни цен друг друга?
6. Какова методика определения экономической ценности товара?
7. Каким образом продавцы могут влиять на восприятие покупателями цены товара?

Тема 6. Влияние конкуренции на формирование цен

1. В чем сходство и различие рынка монополистической конкуренции и конкурентного рынка? Могут ли эффективно осуществляться одинаковые действия в области ценообразования на рынках этих типов?
2. Какова роль ценовой конкуренции в современных условиях? Почему значение ценовой конкуренции растет?
3. Как осуществляется принятие ценовых решений в условиях ценовой конкуренции?
4. Как можно выявить планы конкурентов по изменению объема предложения и цен?
5. Каково значение информации для принятия ценовых решений?
6. Каковы условия и правила ведения ценовых войн?

Тема 7. Государственное регулирование цен

1. Какова цель государственного регулирования цен?
2. Какие меры воздействия на производителей со стороны государства существуют?
3. Как государство может влиять на ценообразующие факторы?
4. Каковы социальные аспекты ценообразования?
5. Чем прямые методы воздействия отличаются от косвенных?
6. В чем заключается основной недостаток регулирования цен посредством установления предельного уровня рентабельности и предельного размера снабженческо-сбытовой надбавки?
7. Какие цели преследует регулирование предельных цен?
8. От чего зависит степень государственного регулирования цен?
9. Как регулируются цены в сфере естественных монополий?
10. Какие действия в сфере ценообразования считаются недобросовестной конкуренцией?
11. Какие основные нормативные и правовые документы используются в сфере ценообразования?
12. Как принимаются решения с учетом государственного орегулирования?

Тема 8. Политика и стратегия в области ценообразования

1. В чем заключается вклад ценовой стратегии в обеспечение конкурентоспособности фирмы?
2. Какова методика разработки ценовой стратегии?
3. Какие структурные подразделения предприятия участвуют в формировании и реализации ценовой политики?
4. Назовите основные цели ценовой политики предприятия.
5. Какая политика ценообразования наиболее эффективна: активная или пассивная? Каковы условия применения этих политик?
6. Назовите основные этапы процесса формирования стратегии.
7. Что такое стратегический анализ применительно к ценообразованию?
8. Каковы стратегии конкурентного ценообразования?
9. Каковы стратегии дифференцированного ценообразования?
10. Каковы условия реализации стратегий?
11. Как осуществляется управление процессом ценообразования в организации?

Тема 9. Методология ценообразования

1. Каков общий подход к формированию цены в условиях рынка?
2. Раскройте принципы ценообразования.
3. Каков порядок принятия решений по управление ценами?
4. Что такое метод ценообразования?
5. Каково значение методов ценообразования в процессе принятия решений в управлении ценами?
6. Какие методы существуют?
7. В чем заключаются достоинства и недостатки затратных методов ценообразования? Почему не смотря на существенные недостатки, данная группа методов широко применяется?
8. Дайте характеристику рыночных методов ценообразования.
9. Раскройте параметрические методы ценообразования.

Тема 10. Особенности ценообразования в отдельных отраслях экономики

1. Каковы особенности ценообразования на рынке труда?
2. В чем заключаются основные проблемы ценообразования на рынке труда?
3. Раскройте методы расчета индивидуальной стоимости труда.
4. Раскройте виды стратегий ценообразования на рынке труда.
5. Какие виды затрат предприятия на персонал?
6. В чем заключаются особенности ценообразования на рынке труда?

4. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы и дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

4.3.1 по компоненте компетенций «Знать»

1. Понятие цены и ценообразования
2. Виды функций цен.
3. Ценообразующие факторы
4. Понятие системы цен, виды систем цен.
5. Виды цен в зависимости от характера обслуживаемого оборота; по способу установления и фиксации
6. Виды цен в зависимости от вида рынка и формы организации торговли; с учетом фактора времени; по условиям поставки и продажи товара
7. Понятие надбавки и скидки к цене. Типы и виды скидок.
8. Элементы цены. Себестоимость как элемент в составе цены
9. Элементы цены: прибыль, налоги и надбавки посредников
10. Понятие эффективного подхода к ценообразованию
11. Виды издержек, принимаемых во внимание в первую очередь при принятии ценовых решений
12. Сущность анализа издержек в процессе ценообразования
13. Влияние поведения покупателей на цену
14. Понятие цены, стоимости и ценности товара. Понятие экономической ценности товара.
15. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен
16. Модели конкуренции и их влияние на процесс ценообразования
17. Понятие управления ценовой конкуренцией
18. Информация как фактор конкурентного ценообразования
19. Сущность государственной политики цен. Защита конкуренции в сфере ценообразования
20. Методы и формы государственного воздействия на цены
21. Государственные органы, осуществляющие разработку государственной ценовой политики и ее реализацию
22. Сущность государственной политики регулирования цен естественных монополий.
23. Возможные цели фирмы в области ценообразования
24. Понятие ценовой политики
25. Понятие ценовой стратегии
26. Методология ценообразования
27. Затратные методы ценообразования
28. Рыночные методы ценообразования
29. Параметрические методы ценообразования
30. Элементы политики формирования цены труда.
31. Понятие цены труда. Факторы, влияющие на уровень цены труда.

4.3.2 по компоненте компетенций «Уметь»:

1. Дать характеристику моделей ценообразования
2. Дать характеристику функциям цен
3. Дать характеристику ценообразующим факторам
4. Дать характеристику строению системы цен
5. Дать характеристику влияния на цены обслуживаемого оборота; способа установления и фиксации цены
6. Дать характеристику влияния на цены видов рынков, фактора времени, условий поставки и продажи товара
7. Дать характеристику и экономическое обоснование надбавкам и разным видам скидок.
8. Дать характеристику себестоимости как элемента цены.
9. Дать характеристику элементам цены: прибыль, налоги и надбавки посредников
10. Дать характеристику связи между ценой, затратами и объемом производства
11. Дать характеристику видам издержек, принимаемых во внимание при принятии ценовых решений
12. Дать характеристику порядку проведения финансового анализа издержек для принятия ценовых решений.
13. Дать характеристику факторам, определяющим реакцию покупателей на уровень и изменение цен
14. Дать характеристику процедуре определения экономической ценности товара
15. Дать характеристику факторам, определяющим чувствительность покупателей к уровням цен
16. Дать характеристику структурным особенностям разных типов рынков
17. Дать характеристику планированию как основе управления ценовой конкуренцией
18. Дать характеристику организации работы с ценовой информацией для принятия ценовых решений
19. Дать характеристику социальным аспектам ценообразования.
20. Дать характеристику методам и формам государственного воздействия на цены
21. Дать характеристику функциям государственных органов в сфере ценообразования
22. Дать характеристику государственной политики регулирования цен естественных монополий
23. Дать характеристику факторов, влияющих на формирование целей в области ценообразования
24. Дать характеристику видам ценовой политики
25. Дать характеристику видам ценовой стратегии
26. Дать характеристику основным положениям методологии ценообразования

27. Дать характеристику затратным методам ценообразования
28. Дать характеристику рыночным методам ценообразования
29. Дать характеристику параметрическим методам ценообразования
30. Дать характеристику стратегическим и тактическим мерам по формированию цены труда
31. Дать характеристику закономерностям ценообразования на рынке труда

4.3.3 по компоненте компетенций «Владеть навыками»:

1. Определить среднюю цену на «Йогурт», проданный через магазин в отчетном и базисном периодах, а также индекс изменения цены

Квартал года	2017 г.		2019 г.	
	Продано банок «Йогурта», шт.	Цена за шт., руб.	Продано банок «Йогурта», шт.	Цена за шт., руб.
I	6154	14,60	5937	22,80
II	5432	15,00	5198	26,10
III	3787	15,50	3332	29,40
IV	7245	17,20	4527	31,30

2. В чем проявляется каждая из функций ценообразования? Поясните свой ответ.

3. Компания провела активную высокозатратную рекламную компанию по продвижению своего товара. Будет ли увеличена цена на товар компании? Объясните свой ответ.

4. Внедрение системы оплаты проезда большегрузных автомобилей по магистралям федерального значения «Платон» привело к увеличению расходов транспортных компаний. Кроме того, увеличен акциз Вызвало ли это изменения в национальной системе цен. Ответ обоснуйте

5. Завод УЗТМ на условиях скользящих цен получил заказ на поставку оборудования. Дата получения заказа - 2016 г., срок поставки - 2019 г. Предложенные поставщиком условия скольжения определяют следующую раскладку цены на составляющие: стоимость материалов -50%; стоимость рабочей силы -25%; неизменные расходы (накладные, прибыль и т.д.) - 27%. За время производства в машиностроении цены на материалы повысились на 19%, а ставки номинальной заработной платы – на 6%. Приняв базисную цену за 32 млн.руб., определить по формуле скольжения процент повышения цены и окончательную цену, по которой будет произведен расчет между покупателем и производителем. В договоре указано, что цена не может быть увеличена более чем на 10% от цены, зафиксированной в момент подписания (лимит скольжения).

6. Можно рассматривать бесплатное предоставление поставщиком фирменных холодильных шкафов-витрин розничному продавцу как вид скидки? Поясните свой ответ.

7. Наличие особых свойств у товара, отличающих их от «обычных» товаров требует от производителя затрат на их появление, а также на донесение этой информации до потребителя. Потребитель должен возместить производителю эти расходы, поэтому цены на товары с особыми свойствами выше, чем на обычные товары. Согласны ли вы с этим утверждением? Поясните свой ответ.

8. Согласны ли вы со следующим утверждением: Посреднические надбавки увеличивают цену. Однако, исключение посредников из цепи поставки товара и передача их функций производителям во многих случаях может привести к большему росту цены. Обоснуйте свой ответ

9. На предприятии производится бензин автомобильный класса 5. Себестоимость 1 тонны бензина – 16830 рублей. Расчетная прибыль предприятия на 1 тонну бензина – 2700 рублей. Ставки акциза и НДС взять по Налоговому кодексу РФ. Оптовая организация по договоренности установила оптово-сбытовую надбавку в размере 20% от отпускной цены. Рассчитайте оптовую рыночную цену за 1 тонну бензина.

10. К концу августа магазине остался большой запас следующих товаров: солнцезащитный крем, плавки, полотенца, сланцы. Какие виды затрат включают цены на эти товары? Стоит ли снижать цену на эти товары? От каких факторов будет зависеть снижение цены? Обоснуйте свой ответ по каждому виду товара.

11. Спрос на продукцию предприятия неуклонно снижается. Руководство предприятия принимает решение продать 2 цеха и часть оборудования. Изменятся ли на предприятии в связи с этим переменные и постоянные расходы? Присутствуют ли здесь приростные и возвратные затраты. Ответ обоснуйте.

12. На рынке выросла цена на материалы, которые предприятие использует в своем производственном процессе. На свободный рынок предприятие выставляет товар, изготовленный из материалов, приобретенных по ранее действовавшим ценам. При формировании цены на данный товар нужно ли учитывать рост цен на материалы? Свой ответ обоснуйте.

13. Изменение технических параметров товара связано с дополни-тельными расходами на создание новых свойств. Согласны ли вы с тем, что изменение цены прямо пропорционально этим изменениям в расходах. Свой ответ обоснуйте.

14. При цене 1000 руб. объем спроса на товар равен 5000 штук. Продавец решает изменить цену. Он определил, что при росте цены на 10 % эластичность товара становится равной (–1,2), при снижении цены на 10 % коэффициент эластичности равен (–0,8). На какой цене остановится предприниматель?

15. Объясните на примере лекарственных препаратов как данные действия влияют на чувствительность покупателей к уровню цены и на сам уровень цен. О каких факторах, влияющих на чувствительность покупателей к ценам на медикаменты, идет речь. Объясните эти факторы:

- предоставление больным льготных рецептов,
- наличие препаратов-аналогов,
- отсутствие опыта приема аналогичных препаратов,
- добавление в мультивитаминный препарат еще одного элемента,
- появление активной рекламы препарата, сообщающей об исключительной его эффективности,
- расположение одной аптеки в центре мегаполиса, а другой аптеки в пригороде,
- ограниченный срок годности препарата,
- степень серьезности заболевания

16. В условиях неценовой конкуренции продавцы не обращают внимание на уровень цен конкурентов. Согласны ли вы с данным высказыванием. Поясните свой ответ.

17. Вы предполагаете, что на рынок выйдет новый серьезный конкурент. Какие неценовые действия можно предпринять для предотвращения или устранения нового конкурента? Какие ценовые действия можно предпринять в данной ситуации?

18. Арендодатель выставил счет арендатору производственного помещения на коммунальные услуги в размере, превышающем их стоимость для арендодателя на 8%. По какой цене должен оплачивать арендатор коммунальные услуги? Объясните свой ответ.

19. Какие из перечисленных действий относятся к добросовестной конкуренции, а какие нет. Обоснуйте свой ответ, подтвердите его положениями нормативных актов:

- договоренность между крупными IT-компаниями о непереманивании программистов на основе предложения более высокой оплаты труда;
- предоставление скидки на товар, приобретаемый в количестве, превышающем установленную величину;
- предоставление скидки на ОСАГО в случае приобретения у данной страховой компании услуги КАСКО.
- отказ строительными компаниями от снижения цены на квартиры при снижении покупательной способности населения и сокращение количества предлагаемых к продаже квартир.

20. Какие из перечисленных действий относятся к добросовестной конкуренции, а какие нет. Обоснуйте свой ответ, подтвердите его положениями нормативных актов:

- распространение производителем слуха о росте цены на сырье товаров данного производителя и сокращении его предложения на сырьевом рынке;

- установление завышенных цен на товары-аналоги;

- существенное снижение цены на некоторые ходовые товары в своем ассортименте;

- при проникновении на новый для продавца рынок существенное снижение цены на свой товар (но установление ее все же выше себестоимости);

- продажа холодильника пенсионерам и работающим людям по разной цене.

21. Какие из перечисленных цен регулируются органами власти Свердловской области:

- цены на электроэнрегию для потребителей;

- установление предельного уровня роста цены на коммунальные услуги в течение года;

- стоимость проезда в общественном транспорте;

- стоимость перевозки грузов по железной дороге;

- предельный уровень надбавок на продукцию, реализуемую в пределах региона.

Каким образом происходит регулирование каждого из данных видов цен? Какие государственные органы принимают участие в формировании и контроле данных видов цен?

22. Определите максимально возможную розничную цену на лекарственное средство. Региональной энергетической комиссией Свердловской области установлен предельный размер оптовой надбавки -16% к фактической отпускной цене производителя, розничной надбавки - 27% к фактической отпускной цене производи. Фактическая отпускная цена производителя составляет 200 руб.

23. Солидная авиакомпания сталкивается с ценовым давлением компаний-дискаунтеров. Предложите для компании стратегическую цель, основные принципы ценовой политики компании, стратегию. Как реализовать предложенную стратегию: укажите конкретные возможные мероприятия.

24. Кондитерская фабрика на местном рынке является единственным поставщиком тортов. Емкость местного рынка меньше производственных мощностей фабрики. Данная фабрика направляет свою продукцию в соседние города, расположенные на расстоянии 100-300 км. В соседних городах уровень цен на продукцию этой фабрики ниже, чем на месте производства. Какую стратегию использует кондитерская фабрика и какую цель этим преследует? Чем обоснована такая стратегия? Каковы достоинства и недостатки данной стратегии?

25. Нефтяная компания Лукойл имеет заправки по всей стране. Уровень цен на заправках, как правило, выше, чем на других заправках на 0,5-1 руб. Какую стратегию использует компания и какую цель этим преследует? Чем обоснована такая стратегия? Каковы достоинства и недостатки данной стратегии?

26. Предприниматель собирается выпускать игрушку - радиоуправляемый катер. Он открывает свое производство. Какой должна быть цена катера, чтобы окупить затраты и получить 20% прибыли. Общая сумма постоянных затрат составляет 840 тыс. руб. Переменные издержки на единицу товара – 2,1 тыс. руб. Ожидаемый объем сбыта - 1200 шт.

27. Определите отпускную цену новую соковыжималку, предназначенную для замены ранее используемой, имеющей оптовую цену 2500 руб. Главным техническим параметром является мощность, равная у новой машины 1400 Вт, а у старой – 800 Вт. Коэффициент торможения – 0,8.

28. Определите отпускную цену на новый автомобиль балловым методом. Цена базовой модели ($Ц_б$) – 772 800 руб.

автомобили	параметры					
	комфортабельность		надежность		проходимость	
	баллы	коэф-т весомости	баллы	коэф-т весомости	баллы	коэф-т весомости
Базовый	45	0,2	70	0,4	80	0,4
Новый	60	0,2	85	0,4	88	0,4

29. Предприятие производит один вид продукции - стоматологические печи для металлокерамики. Предприятие планирует выпустить в следующем квартале 100 шт. Планируемые затраты при этом составят: заработная плата основных рабочих – 28 млн. руб.; основные материалы – 14 млн. руб.; переменные накладные расходы – 11,2 млн. руб.; постоянные накладные расходы – 300 млн. руб. Предприятие получило заказы на 90 единиц продукции по рыночной цене 920 руб. Вместе с тем еще один дополнительный заказчик согласен купить 10 единиц для сети стоматологических клиник, обслуживающих группы людей с низкими доходами. Заказчик может заплатить за каждую печь не более 800 тыс. руб. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ? Насколько можно опустить цену на дополнительную партию, чтобы не допустить убытки?

30. Раскройте механизм оценки индивидуальной стоимости работника.

31. Раскройте механизм формирования цены труда.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций,

разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств представлены в трех взаимосвязанных блоках.

Первый блок – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «знать» и «уметь», в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

Третий блок – задания на уровне «знать», «уметь», «владеть». Он представлен кейс-заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее, как правило, из описания реальной практической ситуации или ситуации, приближенной к практике. Выполнение студентом кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. В отличие от первых двух блоков задания третьего блока носят интегральный (summative) характер и позволяют формировать нетрадиционный способ мышления, характерный и необходимый для современного человека. Решение студентами подобного рода нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о степени влияния процесса изучения дисциплины на формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки выполнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблица 3).

Таблица 3 – Модель оценки выполнения заданий ФОС

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомен-

		дованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетворительно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовлетворительно (не зачтено)	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Данная модель, являясь студентоцентрированной, позволяет сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в обучении.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов направления подготовки.