

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Кумертауский филиал
федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»
(Кумертауский филиал ОГУ)

Кафедра экономики

Фонд
оценочных средств
по дисциплине «*Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме*»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

(код и наименование направления подготовки)

Технология и организация услуг на предприятиях туризма
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Кумертау 2024

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме»

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры Эк
наименование кафедры

протокол № 1 от "29" 08 2024 г.

и.о. зав.кафедрой

Эк

наименование кафедры



З.Р.Ахмадиева

подпись

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент кафедры экономики

должность



подпись

Цыркаева Е.А.

расшифровка подписи

Раздел 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Виды оценочных средств/ шифр раздела в данном документе
ПК*-8 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ПК*-8-В-1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта ПК*-8-В-2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний	<p><u>Знать:</u> -терминологию рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью; -социально-психологические основы рекламы; -классификации рекламы, преимущества и недостатки конкретных видов рекламы для туристских предприятий; -методы оценки эффективности рекламы и деятельности по связям с общественностью.</p>	<p>Блок А – задания репродуктивного уровня <i>А.0Тестовые задания</i> <i>А.1Вопросы для устного собеседования</i></p>
		<p><u>Уметь:</u> - выбирать канал рекламной коммуникации в зависимости от объекта рекламирования и цели рекламы; - использовать методики и инструменты оценки эффективности результатов рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью; - использовать</p>	<p>Блок В – задания реконструктивного уровня <i>В.1 Практические работы</i></p>

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Виды оценочных средств/ шифр раздела в данном документе
		<p>методы определения оптимального канала распространения рекламной информации о туристских продуктах и предприятиях туристской индустрии;</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в предложениях рекламных агентств для осуществления наиболее эффективной рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью; <p>применять знания в области организации рекламных и PR-кампаний предприятий туристской индустрии.</p>	
		<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами оценки эффективности рекламы и деятельности по связям с общественностью. - навыками основ организации рекламных и PR-кампаний предприятий туристской индустрии. 	<p>Блок С – задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня <i>С.1 Контрольная работа</i></p>

Раздел 2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные

средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Блок А - Оценочные средства для диагностирования сформированности уровня компетенций – «знать»

Тестовые задания по дисциплине представлены в Автоматизированной Интерактивной Системе Сетевого Тестирования ОГУ (АИССТ ОГУ).

А 0 Пример теста, предъявляемого обучающемуся, изучившему все темы дисциплины (Количество – 20 тестов, время выполнения теста – не более 40 минут):

1. Туристское предприятие, действуя в сложных условиях рынка, должно твердо знать:

- а) Кого и как обслуживать
- б) Кого не надо обслуживать
- в) Кого обслуживать в первую очередь

2. Фирма может считать своим конкурентом:

- а) Фирму, производящую другой товар
- б) Фирму, производящую аналогичную продукцию
- в) Дочернее предприятие своей фирмы

3. Основным компонентом глобализации международного туризма можно назвать расширение интернациональных экономических связей в туристическом производстве, так ли это:

- а) Нет
- б) Отчасти
- в) Да

4. Турагент выступает в качестве продавца туристского продукта на основе договора, сформированного:

- а) Туроператорами
- б) Страховыми компаниями
- в) Транспортными компаниями

5. Основным компонентом глобализации международного туризма можно назвать рост интернационализации факторов туристического производства, так ли это:

- а) Нет
- б) Отчасти
- в) Да

6. Отдельная территориальная единица, основанная на общности природных, культурных и историко-архитектурных ресурсов, объединенная общей туристской инфраструктурой и воспринимаемая в качестве целостного объект:

- а) Туристско-рекреационная зона
- б) Дестинация
- в) Курортная зон

7. В зависимости от цели путешествия выделяют рынки туризма: рекреационного, делового:

- а) Этнического
- б) Религиозного
- в) Научного

8. В чем заключается главная цель маркетинга:

- а) Увеличение прибыли
- б) Ориентация на потребителя
- в) Увеличение спроса

9. В зависимости от цели путешествия выделяют рынки туризма: культурно-познавательного; религиозного:

- а) Рекреационного
- б) Научного
- в) Этнического +

10. Совокупность туристских ресурсов, и развитая туристская инфраструктура, определяющие привлекательность данной местности:

- а) Туристский продукт
- б) Потенциал +
- в) Бренд

11. Рост иностранных инвестиций ознаменовал вторую фазу исторического развития глобализации туристического рынка, так называемую:

- а) Интернационализацию
- б) Межконтинентальную
- в) Межгосударственную

12. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение:

- а) Рынок производителя
- б) Рынок покупателя
- в) Рынок продавца

13. При сегментации рынка по географическим признакам целесообразно рассматривать группы потребителей с:

- а) одинаковыми или схожими предпочтениями
- б) разнонаправленными предпочтениями
- в) различными или разнонаправленными предпочтениями

14. К какой задаче маркетинга относится расширение сервисных услуг:

- а) К стратегической задаче

- б) К оперативной задаче
- в) К тактической задаче

15. Государства мира были вовлечены в глобальный мировой туризм, находясь на принципиально отличных стадиях своего социального и экономического развития, так ли это:

- а) Нет
- б) Отчасти
- в) Да

16. К какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок:

- а) К исполнительской задаче
- б) К стратегической задаче
- в) К тактической задаче

17. Непосредственно глобализация стала вершиной эволюции международного туристического рынка, так ли это:

- а) Нет
- б) Отчасти
- в) Да

18. Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, готовых для создания туристского продукта:

- а) Объекты туристского интереса
- б) Инфраструктура туризма
- в) Туристские ресурсы

19. Маркетинг туристского предприятия ... социально-культурных факторов:

- а) Безразличен к воздействию
- б) Мало зависит от воздействия
- в) Находится под воздействием

20. Какой метод связей с общественностью в настоящее время является основным с сфере туризма:

- а) Отношения со средствами массовой информации
- б) Интернет-ресурс
- в) Выставка

A1 Вопросы для устного собеседования:

Раздел 1. Место рекламы и PR в комплексе маркетинговых коммуникаций: понятие и функции.

1. Комплекс маркетинговых коммуникаций: определение и назначение.
2. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций: личные продажи, реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью.
3. Модель рекламной коммуникации.

4. Цели и функции рекламы: экономическая, социальная, образовательная, маркетинговая, коммуникационная и др.

Раздел 2. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: основные виды, формы и возможности.

1. Типы рекламы по характеру объекта; в зависимости от объекта рекламирования; по степени сконцентрированности на определенном сегменте; по целевому воздействию; по широте распространения; по способу передачи; по способу исполнения; по методу воздействия; по способу обращения; по способу воздействия на целевую аудиторию и др.

2. Классификация рекламы по типам рекламоносителей: реклама в прессе; ТВ-реклама; радиореклама; наружная (уличная) реклама; транспортная; кинореклама; реклама в Интернете; реклама, передающаяся по мобильной связи; компьютерная; директ-мейл (прямая почтовая реклама); печатная; сувенирная; нетрадиционная реклама.

3. Формы рекламного сообщения; структура рекламного сообщения.

Раздел 3. Социально-психологические основы рекламы.

1. Процесс воздействия и восприятия рекламы.

2. Внешние и внутренние факторы, влияющие на восприятие рекламы. Механизм психического воздействия рекламы.

3. Процессы восприятия рекламы: когнитивные (познавательные), аффективные (эмоциональные) и конативные (поведенческие) психические процессы.

4. Потребительские мотивы: понятие и виды.

Раздел 4. Связи с общественностью: понятие, основные формы, виды и возможности.

1. Сущность понятия «связи с общественностью» (PR). Основные направления PR-деятельности.

2. Формы и виды связей с общественностью.

3. Методы, формы и средства PR-деятельности.

4. Формы мероприятий: благотворительность, спонсорство, брифинг, выставка, дебаты – прения, обмен мнениями по каким-либо вопросам, спорам, дискуссия, дни открытых дверей, заявление, пресс-конференция, «круглый стол», презентация и др.

5. Средства PR: пресс-релиз, статьи в прессу, новостной повод, слухи, реклама. Паблицити, пропаганда, лоббирование, фандрайзинг, имидж, антикризисный PR.

6. Специальные события (церемонии открытия, приемы, посещения, презентации, конференции, дни открытых дверей, выставки, «круглые столы»).

Раздел 5. Планирование рекламной и PR-кампании.

1. Понятие рекламной и PR-кампании.

2. Виды рекламных кампаний.

3. Выбор медиаканалов и медианосителей информации с учетом особенностей распространяемой информации и видов деятельности организации; определение временного промежутка; формирование бюджета.

Раздел 6. Оценка результатов рекламной и PR- деятельности.

1. Процесс, процедуры и методы исследований: неформальное исследование, формальное исследование, информация об аудитории, прикладные исследования (комбинирование качественных и количественных оценок во внешнем и внутреннем исследовании).

2. Предтестирование; посттестирование; исследование эффективности информационного материала во время проведения рекламных и PR- мероприятий; виды тестов.

Блок В - Оценочные средства для диагностирования сформированности уровня компетенций – «уметь»

В.1 Варианты заданий на выполнение практических работ приведены: Цыркаева Е.А. Методические рекомендации для проведения практических занятий по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме» для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм очной формы обучения / Сост. Е.А. Цыркаева. - Кумертау: Кумертауский филиал ОГУ, 2024.

Типовые задания

Раздел 1. Место рекламы и PR в комплексе маркетинговых коммуникаций: понятие и функции.

Задание 1. Подберите несколько противоречивых высказываний о рекламе. Проанализируйте их.

Раздел 2. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: основные виды, формы и возможности.

Задание 1. Приведите примеры коммерческой рекламы в зависимости от: а) типа рекламодателя; б) характера субъекта рекламы; в) типа целевой аудитории; г) стратегической маркетинговой цели; д) этапа жизненного цикла товара и представьте их в виде презентации.

Раздел 3. Социально-психологические основы рекламы.

Задание 1. Заполните следующую таблицу:

Процессы восприятия рекламы	Характеристика

Раздел 4. Связи с общественностью: понятие, основные формы, виды и возможности.

Задание 1. Заполните таблицу:

Теоретические подходы к пониманию PR	Характеристика подхода

Раздел 5. Планирование рекламной и PR-кампании.

Задание 1. На примере выбранного вами объекта продвижения сформируйте его творческую стратегию.

Раздел 6. Оценка результатов рекламной и PR- деятельности.

Задание 1. Составьте примерный медиаплан для выбранного вами объекта рекламирования.

Блок С - Оценочные средства для диагностирования сформированности уровня компетенций – «владеть»

С.1 Варианты заданий на выполнение практических работ приведены: Цыркаева Е.А. Методические рекомендации для выполнения контрольной работы по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме» для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм очной формы обучения / Сост. Е.А. Цыркаева. - Кумертау: Кумертауский филиал ОГУ, 2024.

Пример варианта контрольной работы:

1. Приведите примеры видов наружной рекламы, используемых в туристской индустрии (презентация).
2. Составьте таблицу достоинств и недостатков наружной рекламы и рекламы на транспорте, рекламы в кинотеатрах.
3. Приведите примеры видов рекламы в интернет, используемых в туристской индустрии (презентация).
4. Составьте таблицу достоинств и недостатков рекламы в интернет.

Блок D - Оценочные средства, используемые в рамках промежуточного контроля знаний, проводимого в форме зачета

Вопросы к зачету

1. Комплекс маркетинговых коммуникаций: определение и назначение.
2. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций: личные продажи, реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью.
3. Модель рекламной коммуникации.
4. Цели и функции рекламы: экономическая, социальная, образовательная, маркетинговая, коммуникационная и др.
5. Типы рекламы по характеру объекта; в зависимости от объекта рекламирования; по степени сконцентрированности на определенном сегменте; по целевому воздействию; по широте распространения; по способу передачи; по способу исполнения; по методу воздействия; по способу обращения; по способу воздействия на целевую аудиторию и др.
6. Классификация рекламы по типам рекламоносителей: реклама в прессе; ТВ-реклама; радиореклама; наружная (уличная) реклама; транспортная; кинореклама;

реклама в Интернете; реклама, передающаяся по мобильной связи; компьютерная; директ-мейл (прямая почтовая реклама); печатная; сувенирная; нетрадиционная реклама.

7. Формы рекламного сообщения; структура рекламного сообщения.

8. Процесс воздействия и восприятия рекламы.

9. Внешние и внутренние факторы, влияющие на восприятие рекламы.

Механизм психического воздействия рекламы.

10. Процессы восприятия рекламы: когнитивные (познавательные), аффективные (эмоциональные) и конативные (поведенческие) психические процессы.

11. Потребительские мотивы: понятие и виды.

12. Сущность понятия «связи с общественностью» (PR). Основные направления PR-деятельности.

13. Формы и виды связей с общественностью.

14. Методы, формы и средства PR- деятельности.

15. Формы мероприятий: благотворительность, спонсорство, брифинг, выставка, дебаты – прения, обмен мнениями по каким-либо вопросам, спорам, дискуссия, дни открытых дверей, заявление, пресс- конференция, «круглый стол», презентация и др.

16. Средства PR: пресс-релиз, статьи в прессу, новостной повод, слухи, реклама. Паблицити, пропаганда, лоббирование, фандрайзинг, имидж, антикризисный PR.

17. Специальные события (церемонии открытия, приемы, посещения, презентации, конференции, дни открытых дверей, выставки, «круглые столы»).

18. Понятие рекламной и PR-кампании.

19. Виды рекламных кампаний.

20. Выбор медиаканалов и медианосителей информации с учетом особенностей распространяемой информации и видов деятельности организации; определение временного промежутка; формирование бюджета.

21. Процесс, процедуры и методы исследований: неформальное исследование, формальное исследование, информация об аудитории, прикладные исследования (комбинирование качественных и количественных оценок во внешнем и внутреннем исследовании).

22. Предтестирование; посттестирование; исследование эффективности информационного материала во время проведения рекламных и PR- мероприятий; виды тестов.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Оценивание выполнения тестов

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Отлично</i>	<i>1. Полнота выполнения тестовых заданий; 2. Своевременность выполнения;</i>	<i>Выполнено 85-100 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос.</i>
<i>Хорошо</i>	<i>3. Правильность ответов на</i>	<i>Выполнено 70-84 % заданий предложенного</i>

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
	<i>вопросы; 4. Самостоятельность тестирования; 5. и т.д.</i>	<i>теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.</i>
<i>Удовлетворительно</i>		<i>Выполнено 50-69 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.</i>
<i>Неудовлетворительно</i>		<i>Выполнено 0-49 % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях).</i>

Оценивание вопросов для устного собеседования

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Отлично</i>	<i>1. Полнота изложения теоретического материала 2. Правильность и/или аргументированность изложения 3. Самостоятельность ответа</i>	<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса.</i>
<i>Хорошо</i>	<i>4. Культура речи</i>	<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.</i>
<i>Удовлетворительно</i>		<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные</i>

		<i>ответы и приводят примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа</i>
<i>Неудовлетворительно</i>		<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны..</i>

Оценивание выполнения практических заданий

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Отлично</i>	<i>1. Полнота выполнения практического задания; 2. Своевременность выполнения задания; 3. Последовательность и рациональность выполнения задания;</i>	<i>Задание решено самостоятельно. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логических рассуждениях, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задание решено рациональным способом.</i>
<i>Хорошо</i>	<i>4. Самостоятельность решения; 5. и т.д.</i>	<i>Задание решено с помощью преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задание решено нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.</i>
<i>Удовлетворительно</i>		<i>Задание решено с подсказками преподавателя. При этом задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задание решено не полностью или в общем виде.</i>
<i>Неудовлетворительно</i>		<i>Задание не решено.</i>

Оценивание контрольной работы

<i>Шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Зачтено</i>	<i>1. Полнота изложения теоретического материала;</i>	<i>Выставляется обучающемуся, если при выполнении</i>

	<p>2. Полнота и правильность решения практического задания;</p> <p>3. Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий);</p> <p>4. Самостоятельность ответа;</p> <p>5. Культура речи;</p>	<p>контрольной работы не допущено ни одной существенной ошибки, замечания имеют несущественный характер, полно, четко и логически последовательно раскрывают все вопросы задания; оформлены в соответствии с правилами оформления страниц и текста и не снижают впечатления о достаточном уровне подготовки обучающегося, его понимании теории и умения применять ее для решения задач.</p>
<p>Не зачтено</p>		<p>Выставляется обучающемуся в следующих случаях: номер представленного варианта не соответствует тому номеру, который полагается выполнить обучающемуся работа выполнена не полностью и некоторые задачи в ней не решены; работа выполнена неудовлетворительно, обучающийся не смог справиться с предложенными задачами, демонстрирует незнание базовых теоретических положений и неумение использовать теорию на практике.</p>

Оценивание ответа на зачете

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	<p>1. Полнота изложения теоретического материала;</p> <p>2. Полнота и правильность решения практического задания;</p> <p>3. Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий);</p>	<p>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.</p>
Хорошо	<p>4. Самостоятельность ответа;</p> <p>5. Культура речи;</p>	<p>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы,</p>

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
		<i>приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>
<i>Удовлетворительно</i>		<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>
<i>Неудовлетворительно</i>		<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>

Раздел 3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

1. Предлагаемое количество вопросов при осуществлении контроля обучающегося - 20. Последовательность выборки вопросов из каждого раздела - случайная. Предел длительности всего контроля - 40 минут. Виды представленных заданий: - выбор одного варианта ответа из предложенного множества; вес правильного варианта ответа составляет 100%; Тестирование проводится с помощью автоматизированной программы «АИССТ».

2. Контрольные вопросы по каждой теме задаются обучающимся на практическом занятии выборочно преподавателем. Количество вопросов - от 3 и более.

3. Практические работы (практические задания), содержащиеся в методических рекомендациях по дисциплине, должны быть оформлены на листах формата А4. Обучающийся по любому из заданий должен представить алгоритм выполнения с устным объяснением этапов решения.

4. В методических рекомендациях к некоторым темам предложены кейс-задачи, которые необходимо решить и предложить свои варианты при защите выполненных практических работ. Обучающийся получает допуск к зачету при условии отсутствия задолженностей по заданиям блоков, предусмотренных фондом оценочных средств. При наличии задолженности (по заданиям тестов, выполнения практических заданий) их необходимо ликвидировать до начала промежуточной аттестации. Вопросы зачета включены в перечень примерных вопросов к зачету и содержатся в «Фонде оценочных средств» по дисциплине, изучаются в течение семестра на лекционных и практических занятиях. В билет включено два теоретических вопроса, соответствующих содержанию формируемых компетенций. Зачет проводится в устной форме. На подготовку к ответу обучающемуся отводится 20 минут.