

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Московский физико-технический институт
(национальный исследовательский университет)»**

УТВЕРЖДЕНО

**И.о. директора физтех-школы
бизнеса высоких технологий**

Д.И. Гриц

	Рабочая программа дисциплины (модуля)
по дисциплине:	Формирование ценностного предложения
по направлению:	Наукоёмкие технологии и экономика инноваций
профиль подготовки:	Создание и развитие высокотехнологичного бизнеса Физтех-школа бизнеса высоких технологий Физтех-школа бизнеса высоких технологий
курс:	2
квалификация:	магистр

Семестр, формы промежуточной аттестации: 3 (осенний) - Дифференцированный зачет

Аудиторных часов: 60 всего, в том числе:

лекции: 30 час.

семинары: 30 час.

лабораторные занятия: 0 час.

Самостоятельная работа: 30 час.

Всего часов: 90, всего зач. ед.: 2

Программу составил: П.Ю. Невоструев, канд. экон. наук, доцент

Программа обсуждена на заседании Физтех-школы бизнеса высоких технологий 17.02.2025

Аннотация

Дисциплина «Формирование ценностного предложения» направлена на обучение студентов методам создания уникальных торговых предложений, ориентированных на технологические продукты и услуги. В рамках курса рассматриваются ключевые аспекты разработки и реализации ценностных предложений, включая исследование рынка, определение целевой аудитории, создание уникального позиционирования и маркетинговых стратегий. Особое внимание уделяется формированию устойчивого конкурентного преимущества через инновационные подходы к продвижению высокотехнологичных проектов. Уклон делается на особенности управления командой в условиях разработки и вывода на рынок высокотехнологичных бизнес-решений.

1. Цели и задачи

Цель дисциплины

- развитие навыков анализа рынка и конкуренции: студенты учатся выявлять ключевые сегменты рынка и оценивать конкурентоспособность проектов;
- создание уникальных торговых предложений: формирование умений разработки предложений, которые выделяют проект среди конкурентов благодаря уникальным характеристикам;
- разработка маркетинговых стратегий: разработка эффективных маркетинговых стратегий для продвижения высокотехнологичных продуктов на рынках с высокой конкуренцией;
- повышение конкурентоспособности через инновационное мышление: формирование навыков креативного подхода к решению задач, связанных с выводом на рынок высокотехнологичных решений.

Задачи дисциплины

- исследование целевой аудитории и рыночных ниш: определение основных характеристик целевой аудитории; анализ текущих рыночных трендов и предпочтений потребителей;
- определение уникальности продукта: выявление сильных сторон проекта и преимуществ перед конкурентами; разработка уникальных предложений, подчеркивающих ценность продукта для целевой аудитории;
- формулировка конкурентных преимуществ: идентификация ключевых конкурентных преимуществ и способов их сохранения; разработка стратегии позиционирования продукта на рынке;
- разработка маркетинговых стратегий: выбор оптимальных каналов продвижения; разработка рекламных кампаний и мероприятий для привлечения клиентов; создание плана по выходу на рынок и продвижению продукта;
- работа с командной динамикой: формирование командной культуры, направленной на достижение общих целей; обеспечение синергического взаимодействия между участниками команды; управление конфликтами и стрессом в команде;
- поддержка инновационного мышления: внедрение инновационных подходов в маркетинговую деятельность; поиск нестандартных решений для привлечения внимания к продукту; использование современных технологий для продвижения продукта.

2. Перечень формируемых компетенций

Освоение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
	УК-1.2 Осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации
	УК-3.1 Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной задачи	УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий
	УК-3.3 Способен предвидеть результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий
	УК-3.4 Способен планировать командную работу, распределять поручения членам команды, организовывать обсуждение разных идей и мнений
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Умеет решать задачи собственного личностного и профессионального развития, определять и реализовывать приоритеты совершенствования собственной деятельности
	УК-6.2 Оценивает свою деятельность, соотносит цели, способы и средства выполнения деятельности с её результатами
ОПК-2 Способен формулировать задачи разработки и внедрения новой наукоемкой продукции и обосновывать методы их решения	ОПК-2.1 Владеет профессиональной терминологией, используемой в современной научно-технической литературе, обладает навыками устного и письменного изложения результатов научной и прикладной деятельности в рамках профессиональной коммуникации
	ОПК-2.2 Способен анализировать задачу, планировать пути решения, предлагать и комбинировать способы решения
	ОПК-2.3 Способен использовать исследовательские методы при решении новых задач, применяя знания из различных областей науки (техники)
ОПК-3 Способен самостоятельно получать новые знания, умения и навыки для решения задач разработки и внедрения новой наукоемкой продукции	ОПК-3.1 Имеет представление о современном состоянии исследований в рамках тематической области своей профессиональной деятельности
	ОПК-3.2 Способен самостоятельно приобретать, развивать и применять математические, естественнонаучные, социально-экономические и профессиональные знания для решения нестандартных задач, в том числе в новой или незнакомой среде и в междисциплинарном контексте
	ОПК-3.3 Стремится к получению новых знаний, профессиональному и личностному росту
ОПК-4 Способен формулировать, формировать и применять критерии оценки эффективности результатов разработки и внедрения новой наукоемкой продукции	ОПК-4.1 Способен аргументировано выбирать эффективный способ проведения исследования и разработки проекта создания новой наукоемкой продукции, способен сформулировать критерии этого выбора
	ОПК-4.2 Владеет современными методиками и критериями оценки эффективности разработки и внедрения новой наукоемкой продукции
ОПК-8 Способен профессионально эксплуатировать современное оборудование и приборы для решения задач управления	ОПК-8.1 Способен применять знания и навыки по использованию информационно-коммуникационных технологий для поиска и изучения научной литературы, решения поставленной задачи, формулирования выводов и оценки полученных результатов
	ОПК-8.2 Способен разрабатывать оригинальные алгоритмы и программные средства, в том числе с использованием современных интеллектуальных технологий, для решения профессиональных задач

	ОПК-8.3 Способен адаптировать зарубежные комплексы обработки информации и автоматизированного проектирования к профессиональным нуждам
ПК-1 Способен ставить, формализовывать и решать задачи, в том числе разрабатывать и исследовать математические модели изучаемых явлений и процессов, системно анализировать научные проблемы, получать новые научные результаты	ПК-1.1 Способен находить, анализировать и обобщать информацию об актуальных результатах исследований в рамках тематической области своей профессиональной деятельности
	ПК-1.2 Способен выдвигать гипотезы, строить математические модели для описания изучаемых явлений и процессов, оценивать качество разработанной модели
	ПК-1.3 Способен применять теоретические и (или) экспериментальные методы исследований к конкретной научной задаче и интерпретировать полученные результаты
ПК-8 Способен осуществлять технико-экономический анализ и обоснование инновационных проектов, способен привлекать финансовые ресурсы для реализации наукоемких инноваций	ПК-8.1 Знает инфраструктуру запуска и поддержки наукоемких инновационных проектов
	ПК-8.2 Умеет анализировать затраты и результаты инновационной деятельности, выделять человеческий фактор, вырабатывать корректирующие воздействия
	ПК-8.3 Знает экономические, социальные и правовые основы договорной деятельности
	ПК-8.4 Владеет коммуникационными навыками, обладает способностью к обсуждению с потенциальными инвесторами эффективности предлагаемой наукоемкой продукции с целью привлечения финансирования на ее разработку

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны

знать:

- методы анализа рынка и оценки конкурентных преимуществ;
- стратегии позиционирования и продвижения высокотехнологичных продуктов;
- технологии и инструменты для разработки маркетинговых стратегий.

уметь:

- разрабатывать уникальные торговые предложения, направленные на привлечение клиентов;
- применять маркетинговые стратегии для продвижения высокотехнологичных проектов;
- работать с рыночными трендами и изменениями в поведении потребителей.

владеть:

- навыками создания и внедрения инновационных маркетинговых решений;
- управлением рисками и неопределенностью при выведении на рынок высокотехнологичных проектов;
- разработкой эффективных стратегий взаимодействия с клиентами и инвесторами.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкости по видам учебных занятий

№	Тема (раздел) дисциплины	Трудоемкость по видам учебных занятий, включая самостоятельную работу, час.			
		Лекции	Семинары	Лаборат. работы	Самост. работа
1	Введение в формирование ценностного предложения	4	4		2

2	Определение уникальности продукта	4	4		6
3	Разработка маркетинговых стратегий	6	6		6
4	Формирование конкурентных преимуществ	4	4		6
5	Работа с командной динамикой	6	6		4
6	Подготовка и реализация инновационных решений	6	6		6
Итого часов		30	30		30
Подготовка к экзамену		0 час.			
Общая трудоёмкость		90 час., 2 зач.ед.			

4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Семестр: 3 (Осенний)

1. Введение в формирование ценностного предложения

Основные понятия и определения. Роль инноваций в формировании ценностного предложения. Ключевые аспекты анализа рынка и конкурентной среды.

2. Определение уникальности продукта

Исследование рынка и выявление ключевых сегментов. Анализ рыночных трендов и предпочтений целевой аудитории. Определение сильных сторон продукта и его конкурентных преимуществ.

3. Разработка маркетинговых стратегий

Выбор каналов продвижения и рекламных материалов. Разработка уникальной торговой марки и позиционирования продукта. Создание рекламных кампаний и мероприятий для привлечения клиентов.

4. Формирование конкурентных преимуществ

Идентификация ключевых конкурентных преимуществ. Разработка стратегии позиционирования продукта на рынке. Формирование устойчивого конкурентного преимущества через инновационные подходы.

5. Работа с командной динамикой

Формирование командной культуры и ценностей. Управление конфликтами и стрессом в команде. Поддержка инновационного мышления и творческих решений.

6. Подготовка и реализация инновационных решений

Внедрение инновационных подходов в маркетинговую деятельность. Поиск нестандартных решений для привлечения внимания к продукту. Использование современных технологий для продвижения продукта.

5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Компьютерный класс, оснащенный необходимыми средствами для моделирования и документирования требований.

Проектор и выделенный компьютер для проведения демонстраций и презентаций.

6.Перечень рекомендуемой литературы

Основная литература

Рекомендуемая литература для самостоятельного изучения:

1. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. – М.: Питер, 2019.
2. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование: битва за умы. – СПб.: Питер, 2020.
3. Ривз Р. Реальность в рекламе. – М.: Альпина Паблишер, 2018.
4. Шульц Д., Барнс Б. Стратегические бренд-коммуникации. – М.: Вильямс, 2016.
5. Дайер Дж., Лейн С., Мохан Н. Ценностная стратегия: как превзойти конкурентов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017.

Дополнительная литература

Рекомендуемая литература для самостоятельного изучения:

1. Бланшар К., Ваго С. Raving Fans: Революционный подход к обслуживанию клиентов. – М.: Альпина Паблишер, 2018.
2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб.: Питер, 2017.
3. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Паблишер, 2016.
4. Залман Г. Как мыслят потребители: психология покупок и поведения покупателей. – М.: Претекст, 2018.
5. Айзенберг Б., Айзенберг Д. Call to Action: Как привлечь больше клиентов и удержать их навсегда. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Harvard Business Review. Авторитетный источник исследований и статей по различным аспектам бизнеса, включая маркетинг и стратегии.
2. MarketingProfs. Платформа с обширной библиотекой контента по маркетингу, включая статьи и вебинары по формированию ценностных предложений.
3. HubSpot Academy. Бесплатные курсы и ресурсы по маркетингу, продажам и сервису, полезные для понимания того, как создавать уникальное торговое предложение.
4. Neil Patel Blog. Известный блог о маркетинге и SEO, где часто обсуждаются вопросы построения успешных UTR.
5. Content Marketing Institute. Ресурс, посвященный контент-маркетингу, который помогает понять, как создать ценность для аудитории через контент.
6. McKinsey & Company Insights. Исследования и аналитика от одной из ведущих консалтинговых компаний мира, касающаяся различных аспектов бизнеса, включая маркетинговые стратегии.
7. Think with Google. Платформа Google, предоставляющая инсайты и инструменты для маркетинга, основанные на данных.
8. Kissmetrics Blog. Блог, специализирующийся на анализе данных и улучшении пользовательского опыта, важный для оптимизации ценностного предложения.
9. SmartInsights. Онлайн-платформа с множеством ресурсов по цифровому маркетингу, включая советы по созданию УТП.
10. HBR Ascend. Подразделение Harvard Business Review, посвященное развитию карьеры и лидерства, с материалами по управлению брендом и маркетинговыми стратегиями.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Компьютерный класс, оснащенный необходимыми средствами для моделирования и документирования требований.

Проектор и выделенный компьютер для проведения демонстраций и презентаций.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Студент, изучающий дисциплину, должен с одной стороны, овладеть общим понятийным аппаратом, а с другой стороны, должен научиться применять теоретические знания на практике.

В результате изучения дисциплины студент должен знать основные определения, понятия.

Успешное освоение курса требует напряжённой самостоятельной работы студента. В программе курса приведено необходимое время для работы студента над темой. Самостоятельная работа включает в себя:

- чтение и конспектирование рекомендованной литературы,
- проработку учебного материала (учебной и научной литературе), подготовку ответов на вопросы, предназначенных для самостоятельного изучения, доказательство отдельных утверждений, свойств;
- подготовку к итоговому контролю.

Руководство и контроль за самостоятельной работой студента осуществляется в форме индивидуальных консультаций.

Важно добиться понимания изучаемого материала, а не механического его запоминания. При затруднении изучения отдельных тем, вопросов, следует обращаться за консультациями к лектору.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

по направлению:	Научноёмкие технологии и экономика инноваций
профиль подготовки:	Создание и развитие высокотехнологичного бизнеса Физтех-школа бизнеса высоких технологий Физтех-школа бизнеса высоких технологий
курс:	<u>2</u>
квалификация:	магистр
Семестр, формы промежуточной аттестации: 3 (осенний) - Дифференцированный зачет	
Разработчик:	П.Ю. Невоструев, канд. экон. наук, доцент

1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
	УК-1.2 Осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной задачи	УК-3.1 Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов
	УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий
	УК-3.3 Способен предвидеть результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий
	УК-3.4 Способен планировать командную работу, распределять поручения членам команды, организовывать обсуждение разных идей и мнений
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Умеет решать задачи собственного личностного и профессионального развития, определять и реализовывать приоритеты совершенствования собственной деятельности
	УК-6.2 Оценивает свою деятельность, соотносит цели, способы и средства выполнения деятельности с её результатами
ОПК-2 Способен формулировать задачи разработки и внедрения новой наукоемкой продукции и обосновывать методы их решения	ОПК-2.1 Владеет профессиональной терминологией, используемой в современной научно-технической литературе, обладает навыками устного и письменного изложения результатов научной и прикладной деятельности в рамках профессиональной коммуникации
	ОПК-2.2 Способен анализировать задачу, планировать пути решения, предлагать и комбинировать способы решения
	ОПК-2.3 Способен использовать исследовательские методы при решении новых задач, применяя знания из различных областей науки (техники)
ОПК-3 Способен самостоятельно получать новые знания, умения и навыки для решения задач разработки и внедрения новой наукоемкой продукции	ОПК-3.1 Имеет представление о современном состоянии исследований в рамках тематической области своей профессиональной деятельности
	ОПК-3.2 Способен самостоятельно приобретать, развивать и применять математические, естественнонаучные, социально-экономические и профессиональные знания для решения нестандартных задач, в том числе в новой или незнакомой среде и в междисциплинарном контексте
	ОПК-3.3 Стремится к получению новых знаний, профессиональному и личностному росту
ОПК-4 Способен формулировать, формировать и применять критерии оценки эффективности результатов разработки и	ОПК-4.1 Способен аргументировано выбирать эффективный способ проведения исследования и разработки проекта создания новой наукоемкой продукции, способен сформулировать критерии этого выбора

внедрения новой наукоемкой продукции	ОПК-4.2 Владеет современными методиками и критериями оценки эффективности разработки и внедрения новой наукоемкой продукции
ОПК-8 Способен профессионально эксплуатировать современное оборудование и приборы для решения задач управления	ОПК-8.1 Способен применять знания и навыки по использованию информационно-коммуникационных технологий для поиска и изучения научной литературы, решения поставленной задачи, формулирования выводов и оценки полученных результатов
	ОПК-8.2 Способен разрабатывать оригинальные алгоритмы и программные средства, в том числе с использованием современных интеллектуальных технологий, для решения профессиональных задач
	ОПК-8.3 Способен адаптировать зарубежные комплексы обработки информации и автоматизированного проектирования к профессиональным нуждам
ПК-1 Способен ставить, формализовывать и решать задачи, в том числе разрабатывать и исследовать математические модели изучаемых явлений и процессов, системно анализировать научные проблемы, получать новые научные результаты	ПК-1.1 Способен находить, анализировать и обобщать информацию об актуальных результатах исследований в рамках тематической области своей профессиональной деятельности
	ПК-1.2 Способен выдвигать гипотезы, строить математические модели для описания изучаемых явлений и процессов, оценивать качество разработанной модели
	ПК-1.3 Способен применять теоретические и (или) экспериментальные методы исследований к конкретной научной задаче и интерпретировать полученные результаты
ПК-8 Способен осуществлять технико-экономический анализ и обоснование инновационных проектов, способен привлекать финансовые ресурсы для реализации наукоемких инноваций	ПК-8.1 Знает инфраструктуру запуска и поддержки наукоемких инновационных проектов
	ПК-8.2 Умеет анализировать затраты и результаты инновационной деятельности, выделять человеческий фактор, вырабатывать корректирующие воздействия
	ПК-8.3 Знает экономические, социальные и правовые основы договорной деятельности
	ПК-8.4 Владеет коммуникационными навыками, обладает способностью к обсуждению с потенциальными инвесторами эффективности предлагаемой наукоемкой продукции с целью привлечения финансирования на ее разработку

2. Показатели оценивания компетенций

В результате изучения дисциплины «Формирование ценностного предложения» обучающийся должен:

знать:

- методы анализа рынка и оценки конкурентных преимуществ;
- стратегии позиционирования и продвижения высокотехнологичных продуктов;
- технологии и инструменты для разработки маркетинговых стратегий.

уметь:

- разрабатывать уникальные торговые предложения, направленные на привлечение клиентов;
- применять маркетинговые стратегии для продвижения высокотехнологичных проектов;
- работать с рыночными трендами и изменениями в поведении потребителей.

владеть:

- навыками создания и внедрения инновационных маркетинговых решений;
- управлением рисками и неопределенностью при выведении на рынок высокотехнологичных проектов;
- разработкой эффективных стратегий взаимодействия с клиентами и инвесторами.

3. Перечень типовых (примерных) вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий: защиты самостоятельных работ, компьютерного тестирования и контрольных работ.

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных работ и заданий, предусмотренных рабочей программой дисциплины.

4. Перечень типовых (примерных) вопросов и тем для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1. Что такое ценностное торговое предложение (УТП)? Приведите примеры.
2. Какие этапы включает процесс создания УТП?
3. Каковы ключевые факторы успеха при формировании УТП?
4. Как провести анализ целевой аудитории для определения потребностей и ожиданий?
5. Какие существуют методы исследования рынка для выявления возможностей создания УТП?
6. Опишите различия между ценностным предложением и обычным торговым предложением.
7. Какую роль играет сегментирование рынка в процессе создания УТП?
8. Как конкуренция влияет на формирование УТП? Приведите примеры.
9. Какие ошибки чаще всего совершают компании при разработке УТП?
10. Объясните, почему важно учитывать эмоциональные аспекты восприятия продукта/услуги при создании УТП.
11. Какие инструменты могут использоваться для оценки эффективности УТП после его внедрения?
12. Как изменения в поведении потребителей влияют на необходимость пересмотра УТП?
13. Опишите процесс тестирования гипотез при разработке УТП.
14. Какие факторы необходимо учитывать при выборе каналов коммуникации для продвижения УТП?
15. Приведите примеры успешного использования УТП в российских компаниях.
16. Как интегрировать УТП в общую маркетинговую стратегию компании?
17. Как обеспечить долгосрочную устойчивость УТП на рынке?
18. Как инновационные технологии могут повлиять на разработку и реализацию УТП?
19. Как оценить экономическую эффективность УТП?
20. Какие риски связаны с созданием и внедрением УТП?

Критерии оценивания

Оценка «отлично (10)» выставляется обучающемуся, если он показал всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений;

оценка «отлично (9)» выставляется обучающемуся, если он показал всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений, но при этом были допущены небольшие неточности, которые были самостоятельно обнаружены и исправлены;

оценка «отлично (8)» выставляется обучающемуся, если он показал всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений, но при этом были допущены небольшие неточности, которые после указания экзаменатора были самостоятельно исправлены;

оценка «хорошо (7)» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает неточности в ответе или делает несущественные ошибки при решении задач;

оценка «хорошо (6)» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает небольшие ошибки в ответе и (или) при решении задач;

оценка «хорошо (5)» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но отвечает неуверенно и (или) допускает ошибки при решении задач;

оценка «удовлетворительно (4)» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, неточные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, если при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;

оценка «удовлетворительно (3)» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, неточные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не владеющему некоторыми разделами учебной программы, но умеющему применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;

оценка «неудовлетворительно (2)» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач;

оценка «неудовлетворительно (1)» выставляется обучающемуся, показавшему полное незнание учебной программы дисциплины.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

При подготовке ответов, обучающиеся могут пользоваться программой дисциплины, конспектами лекций и любой другой литературой. Зачет проходит в письменной форме. На проведение диф. зачета выделяется 2 часа.