

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 14.09.2024 08:51:23
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01fe1ba2172f735a12

Приложение 1



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Саратовский государственный аграрный университет
имени Н.И. Вавилова»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Воротников И.Л./

« 20 » мая 20 21 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплина	БЕНЧМАРКИНГ В АПК
Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело
Профиль подготовки	Маркетинг и рыночная аналитика в АПК
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	Очно-заочная
Кафедра-разработчик	Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АП
Ведущий преподаватель	Родионова Ирина Анатольевна, профессор

Разработчик: профессор, Родионова И.А.

(подпись)

Саратов 2021

Содержание

- 1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП 3
- 2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различные 4
этапах их формирования, описание шкал оценивания
- 3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для 6
оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения
образовательной программы.....
- 4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний 17
умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы и
формирования

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

В результате изучения дисциплины «Бенчмаркинг в АПК» обучающиеся, в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 г. № 963, формируют следующие компетенции, указанные в таблице 1.

Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины «Бенчмаркинг в АПК»

Таблица 1

Компетенция		Индикаторы достижения компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения ОПОП (семестр)*	Виды занятий для формирования компетенции	Оценочные средства для оценки уровня сформированности компетенции
Код	Наименование				
1	2	3	4	5	6
ПК-1	Способен анализировать показатели конкурентоспособности предприятий АПК и привлекательность их потенциальных рынков сбыта, количественные и качественные требования к производственным ресурсам, оценивать рациональность их использования, моделировать производственно-экономические и бизнес-процессы для оценки эффективности деятельности	ПК – 1.9 Применяет и адаптирует наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач	8	практические занятия	устный опрос, письменный опрос

	предприятий АПК				
--	--------------------	--	--	--	--

Компетенция *ПК-1* – также формируется в ходе освоения дисциплин: «Стратегический маркетинг в АПК», «Маркетинговые исследования», «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Товароведение и стандартизация сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров», «Анализ отраслевых рынков», «Конкурентоспособность предприятий АПК», «Международный маркетинг в АПК», «Конкурентоспособность продовольственных товаров», «Конкурентоспособность сельскохозяйственного сырья», а также в ходе прохождения , ознакомительной, торгово-экономической и преддипломной практик, защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

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

Перечень оценочных средств*

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	собеседование	средство контроля, организованное как специальная беседа педагогического работника с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной и рассчитанной на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	вопросы по темам дисциплины: – перечень вопросов для устного опроса – задания для самостоятельной работы
2	типовой расчет	метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, способностей и других качеств личности, а также их соответствие определенным нормам путем анализа способов выполнения обучающимися ряда специальных заданий	банк заданий
3	тестирование	метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, способностей и других качеств личности, а также их соответствие определенным нормам путем анализа способов выполнения обучающимися ряда специальных заданий	комплект тестовых заданий

Программа оценивания контролируемой дисциплины

№ п/п	Контролируемые разделы (темы дисциплины)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
1.	Бенчмаркинг: понятие, генезис Место бенчмаркинга в управления маркетингом на предприятии Современные направления и тенденции в развитии бенчмаркинга. Сферы применения бенчмаркинга. Развитие бенчмаркинга в России и за рубежом.	ПК-1	Самостоятельная работа
2.	Типы: внутренний, функциональный, конкурентный, общий и глобальный. Объекты: процессы, затраты, функции, стратегии, показатели, товары, услуги, потребители. Определение проблемы предприятия и формулирование целей бенчмаркинга. Гарантии в бенчмаркинговом альянсе. Основные принципы бенчмаркинга: <u>взаимость</u> , аналогия, измерение, достоверность. Кодекс поведения, основанный на законности, обмене и конфиденциальности.	ПК-1	Самостоятельная работа, типовой расчет
3.	Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации. Этапы проведения бенчмаркинга. Планирование бенчмаркинга. Определение предмета бенчмаркинга. Подбор и обучение персонала. Установление партнера. Определение метода сбора данных, сбор данных. Создание <u>базы данных</u> . Анализ данных. Определение расхождений, важных с точки зрения обеспечения конкурентоспособности. Планирование будущих показателей эффективности.	ПК-1	Самостоятельная работа, типовой расчет
4.	Интеграция бенчмаркинга. Сообщение о результатах исследований в организации. Пересмотр установленных целей и оперативных планов. Графическое представление результатов. Осуществление действий на основе проведенных исследований. Разработка плана действий. Осуществление изменений, мониторинг результатов. Повторная проверка контрольных точек бенчмаркинга.	ПК-1	Самостоятельная работа
5.	Экономический эффект от использования бенчмаркинга. Понятие, сущность экономического эффекта. Методы оценки	ПК-1	Самостоятельная работа, комплект тестовых заданий

№ п/п	Контролируемые разделы (темы дисциплины)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
	экономической эффективности применения бенчмаркинга.		

Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине «Бенчмаркинг в АПК» на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 4

Код компетенции, этапы освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Показатели и критерии оценивания результатов обучения			
		ниже порогового уровня (неудовлетворительно)	пороговый уровень (удовлетворительно)	продвинутый уровень (хорошо)	высокий уровень (отлично)
1	2	3	4	5	6
ПК-1, 8 семестр	ПК – 1.9 Применяет и адаптирует наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач	обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале (содержание бенчмаркинга в АПК, его функции, виды, систему исследования, организацию проведения), не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки	обучающийся демонстрирует знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала	обучающийся демонстрирует знание материала, не допускает существенных неточностей	обучающийся демонстрирует знание материала (содержание бенчмаркинга в АПК, его функции, виды, систему исследования, организацию проведения), практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видеоизменении заданий

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Входной контроль

Вопросы входного контроля

1. Определение маркетинга и его роли в современном обществе.
2. Подходы к управлению маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга.
3. Цели системы маркетинга.
4. Этапы процесса управления маркетингом.
5. Выявление новых рынков с помощью сетки развития товара и рынка
6. Позиционирование товара на рынке
7. Разработка комплекса маркетинга: определение и основные составляющие.
8. Система маркетинговой информации.
9. Этапы проведения маркетингового исследования.
10. Выбор целей маркетингового исследования.
11. Способы сбора первичных данных.
12. Маркетинговая среда: основные факторы микросреды функционирования фирмы.
13. Четыре основных типа конкурентов.
14. Разновидности контактных аудиторий фирмы.
15. Основные факторы макросреды функционирования фирм: демографические и экономические.
16. Основные факторы макросреды функционирования фирм: культурные, природные и научно-технические.
17. Бизнес в интернете: B2C, B2B, C2C, C2B,
18. Модель поведения потребителя: культурные, социальные, личностные и психологические факторы.
19. Процесс покупки: стадии принятия решения о покупке.
20. Основные принципы сегментирования потребительских и деловых рынков.
21. Выбор целевых сегментов рынка: 5 моделей структуры целевого рынка
22. Этапы коммуникативного процесса.
23. Разработка и управление рекламной кампанией
24. Стимулирование сбыта
25. Связи с общественностью (PR)
26. Прямой маркетинг.
27. Деловой и потребительский рынки.
28. Факторы, влияющие на бизнес-покупателей.

29. Стадии процесса производственных закупок.

3.2. Текущий контроль

Контроль освоения дисциплины «Бенчмаркинг в АПК» проводится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования, утвержденном решением ученого совета ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ» от 18.06.2014, протокол №7.

Текущий контроль по дисциплине «Бенчмаркинг в АПК» позволяет оценить степень восприятия учебного материала и проводится для оценки результатов изучения разделов/тем дисциплины.

Текущий контроль проводится в виде:

- тематического контроля: по итогам изучения отдельных тем дисциплины;
- рубежного контроля: по итогам изучения раздела или нескольких разделов дисциплины.

3.3. Самостоятельная работа

Самостоятельная работа студентов на дисциплине «Бенчмаркинг в АПК» предполагает как устную, так и письменную формы изложения изученного материала:

1. Подготовка к аудиторным занятиям (проработка учебного материала, учебной и научной литературы; подготовка к практическим занятиям);
2. Подготовка к рубежному контролю (повторение учебного материала);
3. Выполнение индивидуальных или групповых заданий по изученной теме.

Тематика самостоятельных работ устанавливается в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Пример по каждой теме для самостоятельных работ

Тема 1. Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации
Задание. Проведение бенчмаркинга на предприятии

Одним из простых инструментов сбора бенчмаркинговой информации является контрольный лист, который помогает систематизировать данные.

В графе "Анализ эталонной организации" описывается бизнес-процесс организации, который принят в качестве эталонного, лучшего в своем классе.

В графу "Сравнение со своей организацией" заносится информация о показателях своей и эталонной организации по каждому критерию модели.

Графа "Объекты для эталонного сопоставления" предназначена для конкретизации процессов, которые могут быть перенесены на свой бизнес-процесс.

Последняя графа "Ограничение по реализации идеи в своей организации" определяет ограничения по заимствованию процессов. Это могут быть специфические условия осуществления эталонного процесса, которые невозможно создать в вашей организации.

Заполнить контрольный лист бенчмаркинга на примере любого предприятия

Таблица - Контрольный лист для бенчмаркинга

Критерий модели EFQM	Анализ эталонной организации	Сравнение со своей организацией	Объекты для эталонного сопоставления	Ограничения по реализации идеи в своей организации
1. Лидерство				
2. Политика и стратегия				
3. Люди				
4. Партнерство и ресурсы				
5. Процессы				
6. Результаты для потребителей				
7. Результаты для работников				
8. Результаты для общества				
9. Ключевые результаты деятельности				

3.4. Тестирование

Тестирование проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины «Бенчмаркинг в АПК». Количество вариантов типовых заданий – 5.

Пример тестового задания

1. Верным является утверждение, что:

- а) бенчмаркинг — это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, более успешных фирм;
- б) бенчмаркинг — это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, менее успешных фирм;
- в) бенчмаркинг состоит из однородных, узкоспециализированных работ.

2. Реализация проекта бенчмаркинга включает в себя:

- а) пять этапов;
- б) конечное количество этапов, зависящее от конкретного проекта;
- в) шесть этапов.

3. Методы изучения западных аналогов включают в себя анализ:

- а) устройства отрасли, компании, предложения;
- б) устройства отрасли, компании, спроса;
- в) устройства поставщиков, компании, спроса.

4. Верным является утверждение, что функциональный бенчмаркинг используют для сравнения:

- а) эффективности определенных функций;
- б) функциональных связей между отделами;
- в) сквозных бизнес-процессов.

5. Бенчмаркинг отрасли подразумевает исследование:

- а) основных типов компаний, сегментов рынка покупателей;
- б) организацию производства, маркетинга, сбыта;
- в) рынка товаров-субститутов.

6. Бенчмаркинг компании подразумевает исследование:

- а) основных типов компаний, сегментов рынка покупателей;
- б) организации производства, маркетинга, сбыта;
- в) рынка товаров-субститутов.

7. Бенчмаркинг спроса подразумевает исследование:

- а) основных типов компаний, сегментов рынка покупателей;
- б) организации производства, маркетинга, сбыта;
- в) рынка товаров-субститутов.

8. Первым этапом проведения бенчмаркинга является:

- а) выбор продукта, услуги или процесса для сравнения;
- б) выбор компании для сравнения;
- в) выбор внутрифирменной области для сравнения.

9. Внутренний бенчмаркинг направлен на изучение опыта:

- а) транснациональных корпораций;
- б) внутриотраслевых компаний;
- в) внутрифункциональных подразделений.

10. Применение метода копирования успешного опыта является наиболее простым и эффективным для следующих бизнес-процессов:

- а) основных бизнес-процессов;
- б) обеспечивающих бизнес-процессов;
- в) бизнес-процессов управления.

11. Для повышения удовлетворенности клиента бизнес-процесса используется метод:

- а) поиск и сокращение временных разрывов;

- б) минимизация устной информации;
- в) типизация форм сбора и передачи информации;
- г) согласование результатов с требованиями.

12. Бенчмаркинг процесса — это систематический метод определения, понимания и творческого развития товаров, услуг, проектов, оборудования, процессов и процедур более высокого качества для улучшения текущей деятельности организации посредством изучения того, как:

- а) разные организации выполняют неодинаковые или непохожие операции;
- б) разные организации выполняют одинаковые или похожие операции;
- в) одинаковые организации выполняют разные или непохожие операции.

13. Верным является утверждение, что:

а) бенчмаркинг процесса включает в себя изучение, анализ и последующее копирование элементов процессов успешных компаний, осуществляющих отличные виды деятельности;

б) бенчмаркинг процесса включает в себя изучение, анализ и последующее копирование элементов процессов успешных компаний, занимающихся схожими видами деятельности;

в) бенчмаркинг процесса включает в себя изучение, анализ и последующее копирование элементов процессов всех компаний, осуществляющих другие виды деятельности.

14. Концепция «Шесть сигм» — это:

- а) реляционный показатель;
- б) статистический показатель;
- в) динамический показатель.

15. Сигма означает:

- а) динамичное отклонение;
- б) стандартное отклонение;
- в) процессное отклонение.

16. Концепция «Шесть сигм» связана:

- а) с финансовыми результатами работы компании;
- б) бенчмаркингowymi результатами работы компании;
- в) статистическими результатами работы компании.

17. Расстояние между центром распределения и границей доступа делится:

- а) на семь показателей;
- б) два показателя;
- в) шесть показателей.

18. Основное различие между стратегическим и оперативным контроллингом заключается в том, что:

- а) первый ориентирован на тенденции будущего, а последний, напротив, «смотрит» в настоящее;
- б) первый ориентирован на настоящее, а последний, напротив, «смотрит» в тенденции будущего;
- в) первый ориентирован на тенденции развития спроса, а последний, напротив, «смотрит» на тенденции развития предложения.

19. ЛВС-анализ относится к инструментам:

- а) стратегического контроллинга;
- б) оперативного контроллинга;
- в) оперативного и стратегического контроллинга.

20. Рассматривая контроллинг как процесс, можно выделить:

- а) девять стадий;
- б) бесконечное число стадий;
- в) пять стадий.

21. Контролируемыми величинами стратегического контроллинга являются:

- а) затраты, прибыль, рентабельность, ликвидность;
- б) потенциалы успеха;
- в) уровень высшего руководства.

22. Контролируемыми величинами оперативного контроллинга являются:

- а) затраты, прибыль, рентабельность, ликвидность;
- б) потенциалы успеха;
- в) уровень высшего руководства.

23. Проектирование процесса контроллинга включает в себя:

- а) организационную и эксплуатационную фазы;
- б) организационную и оперативную фазы;
- в) организационную и аналитическую фазы.

24. Этап проектирования контроллинга включает в себя:

- а) проектирование организационной структуры, процессов и информационных потоков;
- б) проектирование функций, процессов и бизнес-модели;
- в) проектирование функций, процессов и информационных потоков.

3.5. Рубежный контроль

Вопросы рубежного контроля № 1

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Бенчмаркинг: понятие, генезис
2. Место бенчмаркинга в управления маркетингом на предприятии
3. Современные направления и тенденции в развитии бенчмаркинга.
4. Сферы применения бенчмаркинга.
5. Развитие бенчмаркинга в России и за рубежом
6. Типы: внутренний, функциональный, конкурентный, общий и глобальный.
7. Объекты: процессы, затраты, функции, стратегии, показатели, товары, услуги, потребители.
8. Определение проблемы предприятия и формулирование целей бенчмаркинга.
9. Гарантии в бенчмаркинговом альянсе.
10. Основные принципы бенчмаркинга: взаимность, аналогия, измерение, достоверность.
11. Кодекс поведения, основанный на законности, обмене и конфиденциальности.
12. Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации.
13. Этапы проведения бенчмаркинга.
14. Планирование бенчмаркинга.
15. Определение предмета бенчмаркинга.
16. Подбор и обучение персонала. Установление партнера.
17. Определение метода сбора данных, сбор данных. Создание базы данных. Анализ данных.
18. Определение расхождений, важных с точки зрения обеспечения конкурентоспособности.
19. Планирование будущих показателей эффективности.
20. Интеграция бенчмаркинга. Сообщение о результатах исследований в организации.
21. Пересмотр установленных целей и оперативных планов. Графическое представление результатов.
22. Осуществление действий на основе проведенных исследований. Разработка плана действий.
23. Осуществление изменений, мониторинг результатов. Повторная проверка контрольных точек бенчмаркинга.
24. Экономический эффект от использования бенчмаркинга.
25. Понятие, сущность экономического эффекта.
26. Методы оценки экономической эффективности применения бенчмаркинга.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Технологии конкурентного бенчмаркинга
2. Модель Шухарта-Дэминга в процессе бенчмаркинга
3. Модель Р. Кэмпбелла при осуществлении бенчмаркинга
4. Методы изучения конкурентов: ДЕА-анализ для бенчмаркинга

- 5.Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг параметров продукта
- 6.Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг качества продукта
- 7.Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов
- 8.Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг бренда (имиджа)
- 9.Оценка среды при осуществлении внешнего бенчмаркинга
10. Стратегический бенчмаркинг: использование матричных методов позиционирования продуктов (услуг)
11. Формирование конкурентной стратегии по результатам стратегического анализа
12. Оценка конкурентных сил (модель М. Портера)
13. Оценка положения компании в отрасли (выбор стратегии по матрицам БКГ, GE/McKinsey)
14. Применение методов управления качеством для повышения конкурентоспособности продукции компании
15. Анализ превосходства в системе бенчмаркинга
16. Использование SWOT-анализа в процессе бенчмаркинга
17. Направление реализации бенчмаркинга
18. Особенности применения функционального бенчмаркинга
19. Выбор предмета бенчмаркинга и партнера по исследованию (объект анализа). Поиск доступной информации

3.6. Промежуточная аттестация

Контроль за освоением дисциплины «Бенчмаркинг в АПК» и оценка знаний обучающихся на зачете производится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования, утвержденном решением ученого совета ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ» от 18.06.2014, протокол №7.

Вид промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.04.06. Торговое дело – зачет.

Цель проведения промежуточной аттестации (зачета) – контроль формирования у обучающихся навыков составления, обоснования, представления экономических расчетов и интерпретации отчетности для принятия управленческих решений в инновационной деятельности.

Тематика вопросов, выносимых на зачет

1. Бенчмаркинг: понятие, генезис
2. Место бенчмаркинга в управления маркетингом на предприятии
3. Современные направления и тенденции в развитии бенчмаркинга.
4. Сферы применения бенчмаркинга.

5. Развитие бенчмаркинга в России и за рубежом
6. Типы: внутренний, функциональный, конкурентный, общий и глобальный.
7. Объекты: процессы, затраты, функции, стратегии, показатели, товары, услуги, потребители.
8. Определение проблемы предприятия и формулирование целей бенчмаркинга.
9. Гарантии в бенчмаркинговом альянсе.
10. Основные принципы бенчмаркинга: взаимность, аналогия, измерение, достоверность.
11. Кодекс поведения, основанный на законности, обмене и конфиденциальности.
12. Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации.
13. Этапы проведения бенчмаркинга.
14. Планирование бенчмаркинга.
15. Определение предмета бенчмаркинга.
16. Подбор и обучение персонала. Установление партнера.
17. Определение метода сбора данных, сбор данных. Создание базы данных. Анализ данных.
18. Определение расхождений, важных с точки зрения обеспечения конкурентоспособности.
19. Планирование будущих показателей эффективности.
20. Интеграция бенчмаркинга. Сообщение о результатах исследований в организации.
21. Пересмотр установленных целей и оперативных планов. Графическое представление результатов.
22. Осуществление действий на основе проведенных исследований. Разработка плана действий.
23. Осуществление изменений, мониторинг результатов. Повторная проверка контрольных точек бенчмаркинга.
24. Экономический эффект от использования бенчмаркинга.
25. Понятие, сущность экономического эффекта.
26. Методы оценки экономической эффективности применения бенчмаркинга.

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

4.1 Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Контроль результатов обучения студентов, этапов и уровня формирования компетенций по дисциплине «Бенчмаркинг в АПК» осуществляется через проведение входного, текущего, рубежных, выходного контролей и контроля самостоятельной работы

Формы текущего, промежуточного и итогового контроля и контрольные задания для текущего контроля разрабатываются кафедрой исходя из специфики дисциплины, и утверждаются на заседании кафедры.

4.2 Критерии оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Описание шкалы оценивания достижения компетенций по дисциплине приведено в таблице 7.

Таблица 7

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)*			Описание
высокий	«отлично»	«зачтено»	«зачтено (отлично)»	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, обучающийся проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании материала
базовый	«хорошо»	«зачтено»	«зачтено (хорошо)»	Обучающийся обнаружил полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе
пороговый	«удовлетворительно»	«зачтено»	«зачтено (удовлетворительно)»	Обучающийся обнаружил знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
–	«неудов-»	«не	«не зачтено»	Обучающийся обнаружил пробелы в

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)*			Описание
	летворительно»	зачтено»	(неудовлетворительно)»	
				знания основного учебного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий, не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательной организации без дополнительных занятий

4.2.1. Критерии оценки устного ответа при промежуточной аттестации

При ответе на вопрос обучающийся демонстрирует:

Знания: содержания бенчмаркинга в АПК, его функции, виды, систему исследования, организацию проведения

Умения: применять и адаптировать наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач

Владения: навыками применения наилучших практик аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач

Критерии оценки

отлично	обучающийся демонстрирует: знание материала (содержания бенчмаркинга в АПК, его функции, виды, систему исследования, организацию проведения -), практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий; - умение (применять и адаптировать наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач), используя современные методы и показатели такой оценки; успешное и системное владение навыками применения наилучших практик аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач
хорошо	обучающийся демонстрирует: - знание материала, не допускает существенных неточностей; - в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы, умение (применять и адаптировать наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач) используя современные методы и показатели такой оценки; в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение навыками применения наилучших практик аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач
удовлетворительно	обучающийся демонстрирует: - знания только основного материала, но не знает деталей,

	<p>допускает неточности, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала;</p> <p>- в целом успешное, но не системное умение (применять и адаптировать наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач), используя современные методы и показатели оценки (рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели);</p> <p>в целом успешное, но не системное навыками применения наилучших практик аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач</p>
неудовлетворительно	<p>обучающийся:</p> <p>не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале (содержания бенчмаркинга в АПК, его функции, виды, систему исследования, организацию проведения -), не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки;</p> <p>- не умеет использовать методы и приемы (применять и адаптировать наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач), неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено;</p> <p>обучающийся не владеет навыками применения наилучших практик аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач</p>

4.2.2. Критерии оценки выполнения контрольных работ

При выполнении контрольных (самостоятельных) работ обучающийся демонстрирует:

знания: соответствия предполагаемым ответам

умения: ясно, четко, логично и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы

владение навыками: самостоятельной работы

Критерии оценки выполнения контрольных работ

отлично	ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.
хорошо	ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов.
удовлетворительно	ставится, если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.
неудовлетворительно	ставится, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

4.2.6. Критерии оценки выполнения тестовых заданий

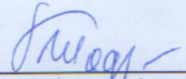
При выполнении контрольных (самостоятельных) работ обучающийся демонстрирует:

знания: изучаемого предмета

Критерии оценки выполнения тестовых заданий

отлично	ставится, если обучающийся ответил правильно на 85-100 % вопросов
хорошо	ставится, если обучающийся ответил правильно на 74-84 % вопросов
удовлетворительно	ставится, если обучающийся ответил правильно на 60-73 % вопросов
неудовлетворительно	ставится, если обучающийся ответил правильно менее чем на 60 % вопросов

Разработчик(и): профессор, Родионова И.А.


(подпись)