

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Медико-профилактический факультет

Фонд оценочных средств
текущей и промежуточной аттестации
по дисциплине **«Маркетинг в здравоохранении»**

(приложение к рабочей программе дисциплины)

Специальность 32 05 01 медико-профилактическое дело

1. Форма промежуточной аттестации: зачет

2. Вид промежуточной аттестации: согласно балльно-рейтинговой системе в соответствии с листами контрольных мероприятий

3. Перечень компетенций, формируемых дисциплиной или в формировании которых участвует дисциплина: ОК-1, ОПК-2.

Код компетенции	Содержание компетенций (результаты освоения ООП)	Содержание элементов компетенций, в реализации которых участвует дисциплина
ОК-1	Способность к научному анализу социально значимых проблем и процессов, политических событий и тенденций, пониманию движущих сил и закономерностей исторического процесса, способностью к восприятию и адекватной интерпретации общественно значимой социологической информации, использованию социологических знаний в профессиональной и общественной деятельности.	Способен в целом к научному анализу социально значимых проблем и процессов, политических событий и тенденций, пониманию движущих сил и закономерностей исторического процесса, способен к восприятию и адекватной интерпретации общественно значимой социологической информации, использованию социологических знаний в профессиональной и общественной деятельности.
ОПК-2	Способность и готовность к пониманию и анализу экономических проблем и общественных процессов, владение знаниями показателей, характеризующих степень развития экономики, рыночных механизмов хозяйства, методикой расчета показателей медицинской статистики.	Способен в целом к пониманию и анализу экономических проблем и общественных процессов; владеет знаниями показателей, характеризующих степень развития экономики, рыночных механизмов хозяйства, методикой расчета показателей медицинской статистики.

4. Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Компетенция	Дисциплины	Семестр
ОК-1	История	1
	Социология	2
ОПК-2	Информатика, медицинская информатика и статистика	1,2
	Маркетинг здравоохранения	2
	Основы менеджмента	3
	Научно-исследовательская практика	1,3

5. Этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Разделы дисциплины	Коды формируемых компетенций	
	ОК-1	ОПК-2
Семестр		
Раздел 1	+	+
Раздел 2	+	+
Раздел 3	+	+

6. Формы оценочных средств в соответствии с формируемыми компетенциями

Код компетенции	Формы оценочных средств	
	Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
ОК-1	Тесты, ситуационные задачи, устный опрос	Согласно балльно-рейтинговой системе
ОПК-2	Тесты, ситуационные задачи, устный опрос	Согласно балльно-рейтинговой системе

7. Текущий контроль

<i>Формы контроля из РПД дисциплины</i>	<i>Примерные (типовые) задания, количество</i>
Тесты	10 вопросов
Ситуационные задачи	3 задачи с эталонами ответов

Устный опрос**Перечень типовых вопросов:**

1. В чем отличие экономического управления от административного?
2. Чем можно объяснить, что деятельность менеджеров становится сегодня решающим условием успеха фирмы на рынке? (пример фирмы «Форд» в эпоху кризиса)
3. Почему дать задание санитарке проще, чем врачу?
4. Понятие маркетинга
5. Зачем нужны маркетинговые исследования?
6. Что дает анализ конкурентов?
7. Что означает управление затратами при выборе товара?
8. Как соотносятся сегментирование рынка и прогноз продаж?
9. Почему затраты на маркетинг сопоставимы с затратами на рекламу?
10. Что для отдела маркетинга выступает его микро- и макросредой?
11. В чем отличие экономического управления от административного?
12. Чем можно объяснить, что деятельность менеджеров становится сегодня решающим условием успеха фирмы на рынке? (пример фирмы «Форд» в эпоху кризиса)
13. Почему дать задание санитарке проще, чем врачу?
14. Понятие маркетинга
15. Зачем нужны маркетинговые исследования?
16. Что дает анализ конкурентов?
17. Что означает управление затратами при выборе товара?
18. Как соотносятся сегментирование рынка и прогноз продаж?
19. Почему затраты на маркетинг сопоставимы с затратами на рекламу?
20. Что для отдела маркетинга выступает его микро- и макросредой?
21. В чем специфика услуг как товара для рынка?
22. Какие маркетинговые решения возможны для сбалансирования спроса и предложения на рынке медицинских услуг?
23. Понятие и особенности некоммерческого маркетинга.
24. Почему некоммерческие организации имеют 2 категории клиентов – доноров и потребителей, а коммерческие только одну – потребителей?
25. Охарактеризуйте маркетинговые элементы рыночного реформирования здравоохранения с периода экономического эксперимента 70-х годов прошлого столетия.
26. Чем привлекателен маркетинг для некоммерческих организаций.
27. Охарактеризуйте направления маркетинговых исследований.
28. Сущность и роль позиционирования в маркетинговой деятельности.

29. Возможные критерии сегментирования рынка медицинских услуг.

30. Что подразумевает оптимизация ассортимента с точки зрения маркетинга.

Тестовый контроль

1. Маркетинг это:

- а) потребность в товаре (услуге);
- б) такая потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем;
- в) нужда в конкретном продукте;
- г) все верно;
- д) правильного ответа нет.

2. Демаркетинг применяется:

- а) когда спрос отсутствует;
- б) когда спрос чрезвычайно высок;
- в) когда спрос отрицательный;
- г) все верно;
- д) правильного ответа нет.

3. Ремаркетинг применяется когда:

- а) спрос отрицательный;
- б) спрос понижается;
- в) спрос иррационален;
- г) спрос чрезмерный;
- д) спрос отсутствует.

4. С точки зрения маркетинга рынок – это:

- а) территория данного региона;
- б) потребители со сходными потребностями;
- в) потребители, интересующиеся товарами данной фирмы;
- г) потребители, имеющие финансовые возможности для приобретения товаров;
- д) правильного ответа нет.

5. Маркетинговая информация может быть:

- а) первичной;
- б) внутренней;
- в) вторичной;
- г) внешней;
- д) все верно;
- е) все неверно.

6. Маркетинг изучает:

- а) запросы отдельных групп потребителей;
- б) изменение цен в кризисные для фирмы периоды;
- в) условия производства у конкурентов;
- г) все верно.

7. Выберите тройку исследований, относящихся к маркетингу:

- а) опрос, экспертиза, панель;
- б) опрос, анкета, наблюдение;
- в) опрос, выборка, наблюдение;
- г) опрос, экспертиза, наблюдение.

8. Какое утверждение о позиционировании верно?

- а) позиционирование осуществляется для последующей сегментации;
- б) позиционирование тождественно сегментированию;
- в) позиционирование исключается сегментированием;
- г) позиционирование завершает сегментирование.

9. Предметы личной гигиены относятся к группе товаров:

- а) исключительного спроса;
- б) повседневного спроса;
- в) пассивного спроса;
- г) предварительного выбора.

10. Коэффициент эластичности спроса равен:

- а) отношению объема спроса к цене;
- б) отношению изменения объема спроса к изменению цены;
- в) отношению цены к объему спроса;
- г) отношению изменения цены к изменению объема спроса;
- д) произведению объема спроса на изменение цены.

11. Маркетинг это:

- а) потребность в товаре (услуге);
- б) такая потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем;
- в) нужда в конкретном продукте;
- г) все верно;
- д) правильного ответа нет.

12. Демаркетинг применяется:

- а) когда спрос отсутствует;
- б) когда спрос чрезвычайно высок;
- в) когда спрос отрицательный;

- г) все верно;
- д) правильного ответа нет.

13. Ремаркетинг применяется когда:

- а) спрос отрицательный;
- б) спрос понижается;
- в) спрос иррационален;
- г) спрос чрезмерный;
- д) спрос отсутствует.

14. С точки зрения маркетинга рынок – это:

- а) территория данного региона;
- б) потребители со сходными потребностями;
- в) потребители, интересующиеся товарами данной фирмы;
- г) потребители, имеющие финансовые возможности для приобретения товаров;
- д) правильного ответа нет.

15. Маркетинговая информация может быть:

- а) первичной;
- б) внутренней;
- в) вторичной;
- г) внешней;
- д) все верно;
- е) все неверно.

16. Маркетинг изучает:

- а) запросы отдельных групп потребителей;
- б) изменение цен в кризисные для фирмы периоды;
- в) условия производства у конкурентов;
- г) все верно.

17. Выберите тройку исследований, относящихся к маркетингу:

- а) опрос, экспертиза, панель;
- б) опрос, анкета, наблюдение;
- в) опрос, выборка, наблюдение;
- г) опрос, экспертиза, наблюдение.

18. Какое утверждение о позиционировании верно?

- а) позиционирование осуществляется для последующей сегментации;
- б) позиционирование тождественно сегментированию;
- в) позиционирование исключается сегментированием;
- г) позиционирование завершает сегментирование.

19. Предметы личной гигиены относятся к группе товаров:

- а) исключительного спроса;
- б) повседневного спроса;
- в) пассивного спроса;
- г) предварительного выбора.

20. Коэффициент эластичности спроса равен:

- а) отношению объема спроса к цене;
- б) отношению изменения объема спроса к изменению цены;
- в) отношению цены к объему спроса;
- г) отношению изменения цены к изменению объема спроса;
- д) произведению объема спроса на изменение цены.

21. Коэффициент эластичности предложения равен:

- а) отношению объема предложения к цене;
- б) отношению цены к объему предложения;
- в) отношению изменения цены к изменению объема предложения;
- г) отношению изменения объема предложения к изменению цены;
- д) произведению объема предложения на изменение цены.

22. К постоянным издержкам относятся:

- а) амортизационные отчисления, накладные расходы;
- б) затраты на сырье;
- в) затраты на электроэнергию;
- г) издержки, непосредственно связанные с выпуском продукции;
- д) верно все.

23. К переменным издержкам относят:

- а) издержки, непосредственно связанные с выпуском продукции;
- б) издержки, которые несет фирма, даже если она ничего не производит;
- в) необходимые затраты на прошлые обязательства;
- г) верно все;
- д) верного ответа нет.

24. Что входит в понятие «медицинская услуга» как расчетной единицы в страховании?

- а) исследования;
- б) манипуляция;
- в) консультации;
- г) их комплекс.

25. Какой вид медицинской помощи в настоящее время является наиболее ресурсоемким?

- а) амбулаторно-поликлиническая;
- б) стационарная (госпитальная);
- в) скорая медицинская помощь;
- г) санаторно-курортная;
- д) реабилитационная.

26. К основным материальным средствам больницы относятся:

- а) здания и сооружения;
- б) транспортные средства;
- в) мягкий инвентарь и спецодежда, медикаменты;
- г) все перечисленное.

27. Как называются средства производства, функционирующие в течение производственного цикла и переносящие свою стоимость на услугу целиком?

- а) оборотные средства;
- б) фонд обращения;
- в) основные фонды
- г) фонд рабочей силы.

28. К основным фондам ЛПУ не относятся:

- а) здания;
- б) сооружения;
- в) кадровые ресурсы;
- г) оборудование и инструменты;
- д) средства коммуникации.

29. Что такое бюджет ЛПУ?

- а) выраженные в денежной форме доходы ЛПУ;
- б) выраженные в денежной форме расходы ЛПУ;
- в) выраженные в денежной форме расходы и доходы ЛПУ;
- г) заработная плата медицинского персонала;
- д) материально – техническая оснащенность ЛПУ.

Ситуационные задачи

Задача № 1.

В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 14 до 18% при емкости рынка 52 млн. шт. продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль

на одно изделие составляет 1400 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.

Эталон ответа:

Возможная дополнительная доля рынка в результате маркетинговых усилий составит $(18 - 14) = 4\%$, что в единицах продукта эквивалентно $4\% \times 52$ млн. шт. = 2,16 млн. шт.

Дополнительная валовая прибыль составит $1400 \times 2,16$ млн.шт. = 3 024 млн. руб.

Дополнительная прибыль фирмы за вычетом расходов на маркетинг составит $3 024$ млн. руб. - 65 млн. руб. = $2 959$ млн. руб. = $2 959$ млн. руб.

Задача №2.

Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн.шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн.шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастает на 2%, доля фирмы — на 5%.

Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж - 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте.

В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн.шт., доля фирмы - 0,18. Изменений не предвидится.

Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

Эталон ответа:

Объем продаж в настоящем году в первом сегменте составит:

$$(8 \text{ млн.шт.} / 24 \text{ млн.шт.} \times 100\% + 5\%) \times (24 \text{ млн. шт.} \times (100\% + 2\%) / 100\%) = 9,38 \text{ млн.шт.}$$

Объем продаж в настоящем году во втором сегменте составит:

$$5 \text{ млн. шт.} \times (100\% + 14\%) / 100\% = 5,7 \text{ млн.шт.}$$

Объем продаж в настоящем году в третьем сегменте составит;

$$45 \text{ млн.шт.} \times 0,18 = 8,1 \text{ млн.шт.}$$

Общий объем продаж фирмы в настоящем году составит:

$$9,38 \text{ млн. шт.} + 5,7 \text{ млн. шт.} + 8,1 \text{ млн. шт.} = 23,18 \text{ млн. шт.}$$

Задача № 3.

На основе представленных данных рассчитать цены: а) предельную, б) безубыточности, в) целевую. Определить результаты деятельности предприятия при каждом варианте цены.

Исходные данные:

Инвестированный капитал: 240 000 ден.ед.;

Ожидаемая рентабельность: 10%

Переменные издержки на одну шт.: 1 050 ден.ед.;

Постоянные издержки: 90 тыс. ден.ед.;

Прогнозы продаж: пессимистический — 90 тыс. шт.;
оптимистический - 150 тыс. шт.

Эталон ответа:

Цена предельная - цена, покрывающая только переменные издержки на производство продукции.

Цена безубыточности - цена, при которой предприятие покрывает полностью переменные и условно-постоянные издержки на производство единицы продукции, т.е. не получает прибыли, но и свои издержки на производство продукции покрывает полностью.

Цена целевая - цена, покрывающая как издержки на производство единицы продукции (сумму условно-постоянных и переменных издержек), так и содержания в своем составе запланированную прибыль.

Следовательно, цена предельная соответствует указанным переменным издержкам - 1 050 ден.ед. при любом варианте прогноза (и пессимистическом, и оптимистическом).

Результат деятельности предприятия - потери в размере суммы условно-постоянных издержек, т.е. 90 000 ден.ед.

Цена безубыточности:

а) при пессимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден.ед.} / 90\ 000 \text{ шт.}) + 1\ 050 \text{ ден.ед.} = 1\ 051 \text{ ден.ед.};$

б) при оптимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден.ед.} / 150\ 000 \text{ шт.}) + 1\ 050 \text{ ден.ед.} = 1\ 050,6 \text{ ден.ед.}$

Результат деятельности предприятия - 0. Цена целевая:

а) при пессимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден.ед.} / 90\ 000 \text{ шт.}) + 1\ 050 \text{ ден.ед.} + 240\ 000 \times 10\% / 90\ 000 \text{ шт.} = 1\ 051,27 \text{ ден.ед.};$

б) при оптимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден.ед.} / 150\ 000 \text{ шт.}) + 1\ 050 \text{ ден.ед.} + 240\ 000 \times 10\% / 150\ 000 \text{ шт.} = 1\ 050,76 \text{ ден.ед.}$

Результат деятельности предприятия:

а) при пессимистическом прогнозе - прибыль в размере $0,27 \text{ ден.ед.} \times 90\ 000 \text{ шт.} = 24\ 300 \text{ ден.ед.}$

б) при оптимистическом прогнозе - прибыль в размере $0,16 \text{ ден.ед.} \times 150\ 000 = 24\ 000 \text{ ден.ед.}$

Задача № 4.

В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 14 до 18% при емкости рынка 52 млн. шт. продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1400 руб., а емкость рынка не изменится. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.

Эталон ответа:

Возможная дополнительная доля рынка в результате маркетинговых усилий составит $(18 - 14) = 4\%$, что в единицах продукта эквивалентно $4\% \times 52$ млн. шт. = 2,16 млн. шт.

Дополнительная валовая прибыль составит $1400 \times 2,16$ млн. шт. = 3 024 млн. руб.

Дополнительная прибыль фирмы за вычетом расходов на маркетинг составит $3 024$ млн. руб. - 65 млн. руб. = $2 959$ млн. руб. = $2 959$ млн. руб.

Задача №5.

Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн.шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн.шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастает на 2%, доля фирмы — на 5%.

Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж - 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте.

В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн.шт., доля фирмы - 0,18. Изменений не предвидится.

Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

Эталон ответа:

Объем продаж в настоящем году в первом сегменте составит:

$$(8 \text{ млн.шт.} / 24 \text{ млн.шт.} \times 100\% + 5\%) \times (24 \text{ млн. шт.} \times (100\% + 2\%) / 100\%) = 9,38 \text{ млн.шт.}$$

Объем продаж в настоящем году во втором сегменте составит:

$$5 \text{ млн. шт.} \times (100\% + 14\%) / 100\% = 5,7 \text{ млн.шт.}$$

Объем продаж в настоящем году в третьем сегменте составит;

$$45 \text{ млн.шт.} \times 0,18 = 8,1 \text{ млн.шт.}$$

Общий объем продаж фирмы в настоящем году составит:

$$9,38 \text{ млн.шт.} + 5,7 \text{ млн.шт.} + 8,1 \text{ млн. шт.} = 23,18 \text{ млн.шт.}$$

Задача № 6.

На основе представленных данных рассчитать цены: а) предельную, б) безубыточности, в) целевую. Определить результаты деятельности предприятия при каждом варианте цены.

Исходные данные:

Инвестированный капитал: 240 000 ден.ед.;

Ожидаемая рентабельность: 10%

Переменные издержки на одну шт.: 1 050 ден.ед.;

Постоянные издержки: 90 тыс. ден.ед.;

Прогнозы продаж: пессимистический — 90 тыс. шт.;

оптимистический - 150 тыс. шт.

Эталон ответа:

Цена предельная - цена, покрывающая только переменные издержки на производство продукции.

Цена безубыточности - цена, при которой предприятие покрывает полностью переменные и условно-постоянные издержки на производство единицы продукции, т.е. не получает прибыли, но и свои издержки на производство продукции покрывает полностью.

Цена целевая - цена, покрывающая как издержки на производство единицы продукции (сумму условно-постоянных и переменных издержек), так и содержания в своем составе запланированную прибыль.

Следовательно, цена предельная соответствует указанным переменным издержкам - 1 050 ден.ед. при любом варианте прогноза (и пессимистическом, и оптимистическом).

Результат деятельности предприятия - потери в размере суммы условно-постоянных издержек, т.е. 90 000 ден.ед.

Цена безубыточности:

а) при пессимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден.ед.} / 90\ 000 \text{ шт.}) + 1\ 050 \text{ ден.ед.} = 1\ 051 \text{ ден.ед.}$;

б) при оптимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден.ед.} / 150\ 000 \text{ шт.}) + 1\ 050 \text{ ден.ед.} = 1\ 050,6 \text{ ден.ед.}$

Результат деятельности предприятия - 0. Цена целевая:

а) при пессимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден.ед.} / 90\ 000 \text{ шт.}) + 1\ 050 \text{ ден.ед.} + 240\ 000 \times 10\% / 90\ 000 \text{ шт.} = 1\ 051,27 \text{ ден.ед.}$;

б) при оптимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден.ед.} / 150\ 000 \text{ шт.}) + 1\ 050 \text{ ден.ед.} + 240\ 000 \times 10\% / 150\ 000 \text{ шт.} = 1\ 050,76 \text{ ден.ед.}$

Результат деятельности предприятия:

а) при пессимистическом прогнозе - прибыль в размере $0,27 \text{ ден.ед.} \times 90\ 000 \text{ шт.} = 24\ 300 \text{ ден.ед.}$

б) при оптимистическом прогнозе - прибыль в размере $0,16 \text{ ден.ед.} \times 150\ 000 = 24\ 000 \text{ ден.ед.}$

Задача №7.

Торговая фирма закупает товар по цене 170 ден.ед. за единицу и продает в количестве 1700 ед. этого товара еженедельно по цене 235 ден.ед. Маркетинговый отдел по результатам исследования рынка рекомендует понизить на одну неделю цену на 5%.

Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне

Эталон ответа:

Валовая прибыль при прежних условиях реализации составляет: $(250 - 170) \times$

200 шт. = 16 000 ден.ед.

Новая цена, предлагаемая маркетинговым отделом: $250 \times (1-0,1) = 225$ ден.ед.

Необходимое к реализации количество единиц товара: $16\ 000 / (225-170) = 291$ шт.

Задача № 8.

Выбрать приемлемый вариант конкурсной цены на основе представленных данных о возможностях предприятия и вероятностной оценке ситуации.

№ п/п	Предлагаемая цена, ден.ед.	Затраты, ден.ед.	Вероятность выиграть торг
1	19,6	18	0,4
2	21,7		0,3
3	22		0,15
4	23,5		0,1
5	25		0,05

Эталон ответа:

Приемлемый вариант конкурсной цены - максимальная цена офферента, которая ниже цены самого «дешевого» конкурента.

Определяется ожидаемая (вероятностная) прибыль перемножением размера валовой прибыли по каждому варианту на соответствующую экспертную оценку вероятности получения заказа (из всех произведений выбирается максимальное значение вероятностной прибыли). Следовательно,

$$(19,6 - 18,0) \times 0,40 = 0,64;$$

$$(21,7 - 18,0) \times 0,30 = 1,11;$$

$$(22,0 - 18,0) \times 0,15 = 0,6;$$

$$(23,5 - 18,0) \times 0,10 = 0,55;$$

$(25,0 - 18,0) \times 0,05 = 0,35$. Вывод: цены 21,7 ден.ед. наиболее приемлем для участия в торгах, так как по расчетам вероятностная прибыль при этой цене максимальна.

8. Промежуточная аттестация - согласно балльно-рейтинговой системе в соответствии с листом контрольных мероприятий

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

Критерии	Уровни сформированности компетенций		
	<i>Пороговый</i>	<i>Достаточный</i>	<i>Высокий</i>
	Компетенция сформирована.	Компетенция сформирована.	Компетенция сформирована.

	Демонстрируется пороговый, удовлетворительный уровень устойчивого практического навыка	Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности, устойчивого практического навыка.	Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка.
--	--	--	---

Показатели оценивания компетенций и шкалы оценки

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или удовлетворительный (пороговый) уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или достаточный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать знания при решении заданий, отсутствие самостоятельности в применении умений. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решения которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована на удовлетворительном уровне.	Обучающийся демонстрирует самостоятельно его применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных образцам, что подтверждает наличие сформированной компетенции на более высоком уровне. Наличие такой компетенции на достаточном уровне свидетельствует об устойчиво закреплённом	Обучающийся демонстрирует способность к полной самостоятельности и в выборе способа решения нестандартных заданий в рамках дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне.

		практическом навыке.	
--	--	-------------------------	--

Критерии оценивания форм контроля:

Устный опрос:

Отметка	Описание
отлично	Отметкой "ОТЛИЧНО" оценивается ответ, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.
хорошо	Отметкой "ХОРОШО" оценивается ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.
удовлетворительно	Отметкой "УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО" оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, 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.

неудовлетворительно	Отметкой "НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО" оценивается ответ, 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. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.
---------------------	--

Шкала оценивания тестового контроля:

процент правильных ответов	Отметки
100-91	отлично
90-81	хорошо
80-71	удовлетворительно
Менее 71	неудовлетворительно

Ситуационных задач:

Отметка	Описание
отлично	Демонстрация полного понимания проблемы. Способность анализировать ситуацию, делать выводы Демонстрация уверенных навыков решения ситуации Демонстрация профессионального мышления
хорошо	Демонстрация значительного понимания проблемы. Способность анализировать ситуацию Демонстрация навыков решения ситуаций Демонстрация профессионального мышления
удовлетворительно	Демонстрация частичного понимания проблемы. Демонстрация недостаточной способности анализировать ситуацию Демонстрация недостаточных навыков решения ситуаций
неудовлетворительно	Демонстрация непонимания проблемы. Не было попытки решить задачу.

Навыков:

Отметка	Описание
отлично	обучающийся обладает системными теоретическими знаниями (знает методику выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), без ошибок самостоятельно демонстрирует выполнение практических умений
хорошо	обучающийся обладает теоретическими знаниями (знает методику выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), самостоятельно демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые неточности (малозначительные ошибки), которые самостоятельно обнаруживает и быстро исправляет
удовлетворительно	обучающийся обладает удовлетворительными теоретическими знаниями (знает основные положения методики выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые ошибки, которые может исправить при коррекции их преподавателем
неудовлетворительно	обучающийся не обладает достаточным уровнем теоретических знаний (не знает методики выполнения практических навыков, показаний и противопоказаний, возможных осложнений, нормативы и проч.) и/или не может самостоятельно продемонстрировать практические умения или выполняет их, допуская грубые ошибки

Критерии оценивания при зачете:

Отметка в зачетке	Описание
зачтено	Отметкой «ЗАЧТЕНО» оценивается ответ, обнаруживающий прочные знания основных

	<p>процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Допускается одна, две неточности в ответе.</p>
не зачтено	<p>Отметкой «НЕ ЗАЧТЕНО» оценивается ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся не глубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.</p>

ЧЕК-ЛИСТ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ ПРОЦЕДУРЫ
(в случае, если изучение дисциплины завершается экзаменом)

№	Экзаменационное мероприятие*	Баллы
1	Ответ на вопрос №1	20 - 35
2	Ответ на вопрос №2	20 - 35
3	Решение задачи	20 - 30
Итого за экзаменационную процедуру максимальное количество баллов:		100

ЧЕК-ЛИСТ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ ПРОЦЕДУРЫ
(чек-лист для второй (комиссионной) пересдачи в случае, если изучение дисциплины завершается зачетом, дифференциальным зачетом, экзаменом)

№	Экзаменационное мероприятие*	Баллы
1	Ответ на вопрос №1	20 - 35
2	Ответ на вопрос №2	20 - 35
3	Решение задачи	20 - 30

Итого за экзаменационную процедуру максимальное количество баллов:	100
--	-----