

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра мировой и региональной экономики, экономической теории

**Авторы-составители: Миролюбова Татьяна Васильевна
Карлина Татьяна Валерьевна**

Рабочая программа дисциплины
ЭКОНОМИКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА
Код УМК 60771

Утверждено
Протокол №7
от «20» марта 2019 г.

Пермь, 2019

1. Наименование дисциплины

Экономика потребительского рынка

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.03.03** Управление персоналом
направленность Управление персоналом организации

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Экономика потребительского рынка** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.03.03 Управление персоналом (направленность : Управление персоналом организации)

ПК.7 знание основ разработки и внедрения профессиональных, в том числе корпоративных стандартов в области управления персоналом, умение составлять описания и распределять функции и функциональные обязанности сотрудников, а также функции подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции, положения о подразделениях)

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	38.03.03 Управление персоналом (направленность: Управление персоналом организации)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	10
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	42
Проведение лекционных занятий	14
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	66
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (3)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (10 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Экономика потребительского рынка. Первый семестр

Место и роль потребительского рынка в экономической системе

Предмет и метод дисциплины. Роль потребительского рынка в экономике. Потребительский рынок с позиций микро- и макроэкономики. Потребительский рынок как территориальная система. Место потребительского рынка в системе рынков. Исторические особенности развития потребительских рынков. Бизнес и государство как субъекты исследования и регулирования потребительского рынка.

Понятие, структура и функции потребительского рынка

Понятие потребительского рынка. Потребительский рынок как открытая социально-экономическая система и механизм. Потребительский рынок в контексте воспроизводственного и институционального подходов. Спрос, предложение и равновесие на потребительском рынке. Функции потребительского рынка в экономике. Структура потребительского рынка: основные сегменты.

Факторы, определяющие развитие потребительского рынка

Факторы, влияющие на развитие потребительских рынков. Факторы, определяющие развитие российских потребительских рынков на современном этапе. Ключевые факторы развития потребительских рынков с точки зрения различных научных школ и концепций.

Особенности потребительского рынка

Особенности потребительского рынка. Особенности формирования спроса на потребительские товары. Сравнение потребительского рынка и рынка продукции производственно-технического назначения.

Потребительский рынок продовольственных товаров

Особенности потребительского рынка продовольственных товаров. Особенности формирования предложения и спроса на рынке продовольственных товаров. Продовольственная безопасность: понятие и составляющие элементы. Римская декларация.

Потребительский рынок непродовольственных товаров

Особенности потребительского рынка непродовольственных товаров. Особенности спроса на непродовольственные товары на потребительском рынке. Классификация непродовольственных товаров.

Рынок потребительских услуг

Понятие услуги. Особенности рынка потребительских услуг: формирование спроса, доля в экономике, специфические факторы развития. Особенности статистического учета услуг. Приоритетные направления развития российского рынка потребительских услуг.

Инфраструктура рынка

Инфраструктура рынка: узкая и расширительная трактовки. Составляющие инфраструктуры потребительского рынка. Комплексная программа развития инфраструктуры товарных рынков Российской Федерации.

Состояние потребительских рынков РФ и Пермского края

Базовая структура маркетингового исследования потребительского рынка. Статистические показатели, характеризующие состояние и развитие потребительских рынков. Оценка динамики и структуры потребительских рынков. Развитие потребительских рынков в Российской Федерации и Пермском крае: анализ ключевых показателей. Работа Комитета по развитию потребительского рынка при Торгово-промышленной палате РФ.

Подготовка к экзамену (зачету)

Сдача зачета по курсу предполагает:

- письменный ответ на 2 вопроса из представленного списка вопросов для подготовки к зачету;
- защиту авторского аналитического отчета по курсу.

В отчете по курсу «Экономика потребительского рынка» должен быть представлен анализ того или иного потребительского рынка (в соответствии с научной специализацией студента по согласованию с преподавателем, читающим курс) в разрезе:

- структуры;
- динамики цен;
- динамики объемов продаж (в том числе в сопоставимых ценах);
- тенденций и перспектив развития.

Также в рамках отчета может быть проведен анализ динамики ключевых факторов, определяющих развитие данного рынка (доходов населения, числа продавцов, уровня развития инфраструктуры и т.п.), установлены взаимосвязи с другими рынками, проведен корреляционный анализ с целью выявления воздействующих факторов и тесноты их влияния, а также проведен сравнительный анализ в региональном разрезе.

Анализ выполняется на основе официальной статистики Федеральной службы государственной статистики РФ и проводится в графической, табличной и текстовой формах на основе самостоятельно проведенных расчетов.

Объем отчета – 10-15 страниц (шрифт Times New Roman, кегль 12, межстрочный интервал текста – 1,5, межстрочный интервал таблиц – 1, поля стандартные). Оформление отчета – стандартное (аналогично оформлению курсовых работ). Допускается наличие введения (не более 1 страницы) и заключения (не более 2 страниц).

Отчет сдается в переплете (скоросшивателем, скобами, нитками и т.п.), ламинирование страниц не допускается.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Сулейманов, С. М. Теоретические основы противостояния преступности на потребительском рынке : монография / С. М. Сулейманов. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 143 с. — ISBN 978-5-238-01583-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71115.html>
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 304 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/434563>
3. Егорова, М. М. Маркетинг : учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1744-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/81021.html>

Дополнительная:

1. Пичурин, И. И. Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — ISBN 978-5-238-02090-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/8110>
2. Иневатова, О. А. Региональные рынки : учебное пособие / О. А. Иневатова, Ю. А. Макарова, С. А. Дедеева. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 204 с. — ISBN 978-5-7410-1330-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/54154.html>
3. Анурин В. Ф., Муромкина И. И., Евтушенко Е. В. Маркетинговые исследования потребительского рынка. Уникальный отечественный опыт: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 061500 - Маркетинг/В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко.-СПб.:Питер,2004, ISBN 5-94723-644-3.-270.-Библиогр.: с. 266-269
4. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник / М. Н. Григорьев — 3-е изд. перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2011. — 448 с. — Серия : Основы наук. — ISBN 978-5-9916-1145-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система БиблиоТех : [сайт]. <https://psu.bibliotech.ru/Reader/Book/8254>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<http://www.tpprf.ru/ru/committee/komtorg/analitm/> Аналитические материалы Комитета по развитию потребительского рынка Торгово-промышленной палаты РФ

<http://www.potreb.com/doc/potreb.pdf> Аналитические материалы Комитета по развитию потребительского рынка Торгово-промышленной палаты РФ

<http://www.gks.ru> Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации

<http://permstat.gks.ru/default.aspx> Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики РФ по Пермскому краю

<http://text.document.kremlin.ru/SESSION/PILOT/main.htm> Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации

<http://www.tpprf.ru/ru/committee/komtorg/potrppl/> Комитет по развитию потребительского рынка Торгово-промышленной палаты РФ

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Экономика потребительского рынка** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

- 1) презентационные материалы (слайды по темам лекционных занятий);
- 2) доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
- 3) доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
- 4) интернет-сервисы и электронные ресурсы.

Перечень необходимого лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения:

1. Приложения, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
2. Офисные пакеты приложений.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (student.psu.ru).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база обеспечивается наличием:

1. Лекционные занятия - Аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - Аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Текущий контроль - Аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран,

компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

4. Самостоятельная работа - Аудитория для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Экономика потребительского рынка**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции и
критерии их оценивания**

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.7 знание основ разработки и внедрения профессиональных, в том числе корпоративных стандартов в области управления персоналом, умение составлять описания и распределять функции и функциональные обязанности сотрудников, а также функции подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции, положения о подразделениях)</p>	<p>ЗНАТЬ: место и роль потребительского рынка в экономической системе, факторы и особенности его развития, основные сегменты и их характеристики. УМЕТЬ: проводить комплексный анализ ключевых показателей развития потребительского рынка на основе данных официальной статистики РФ, и интерпретировать его результаты. ВЛАДЕТЬ: методами поиска, анализа и обработки статистических данных, характеризующих потребительский рынок, и представления результатов анализа.</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Не знает место и роль потребительского рынка в экономической системе, факторы и особенности его развития, основные сегменты и их характеристики; практически не умеет проводить комплексный анализ ключевых показателей развития потребительского рынка на основе данных официальной статистики РФ, и интерпретировать его результаты; почти не владеет методами поиска, анализа и обработки статистических данных, характеризующих потребительский рынок, и представления результатов анализа.</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>В общих чертах, без грубых ошибок и с фрагментарными примерами из практики описывает место и роль потребительского рынка в экономической системе, факторы и особенности его развития, основные сегменты и их характеристики; на базовом уровне, без грубых ошибок умеет проводить общий анализ ключевых показателей развития потребительского рынка на основе данных официальной статистики РФ, и интерпретировать его результаты; владеет только ключевыми методами поиска, анализа и обработки статистических данных, характеризующих потребительский рынок, и представления результатов анализа, не делая при этом грубых ошибок.</p> <p align="center">Хорошо</p> <p>С некоторыми пробелами, но достаточно развернуто, с примерами из практики корректно описывает место и роль потребительского рынка в экономической системе, факторы и особенности его</p>

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>развития, основные сегменты и их характеристики; умеет достаточно корректно, хотя и с некоторыми пробелами, проводить анализ ключевых показателей развития потребительского рынка на основе данных официальной статистики РФ, и интерпретировать его результаты; относительно свободно, без серьезных затруднений владеет методами поиска, анализа и обработки статистических данных, характеризующих потребительский рынок, и представления результатов анализа.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Развернуто, систематизировано, с примерами из практики корректно описывает место и роль потребительского рынка в экономической системе, факторы и особенности его развития, основные сегменты и их характеристики; умеет полно и корректно проводить комплексный анализ ключевых показателей развития потребительского рынка на основе данных официальной статистики РФ, и интерпретировать его результаты; свободно владеет методами поиска, анализа и обработки статистических данных, характеризующих потребительский рынок, и представления результатов анализа.</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : СУОС

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 41 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 41 балла

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Место и роль потребительского рынка в экономической системе Входное тестирование	Знание основ экономической теории, микроэкономики
ПК.7 знание основ разработки и внедрения профессиональных, в том числе корпоративных стандартов в области управления персоналом, умение составлять описания и распределять функции и функциональные обязанности сотрудников, а также функции подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции, положения о подразделениях)	Особенности потребительского рынка Письменное контрольное мероприятие	Знает место и роль потребительского рынка в экономической системе. Умеет проводить общий анализ структуры и функций потребительского рынка в экономике. Владеет терминологией, описывающей потребительский рынок.

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.7 знание основ разработки и внедрения профессиональных, в том числе корпоративных стандартов в области управления персоналом, умение составлять описания и распределять функции и функциональные обязанности сотрудников, а также функции подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции, положения о подразделениях)</p>	<p>Инфраструктура рынка Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>Знает основные сегменты потребительского рынка и их особенности. Умеет выявлять факторы развития основных сегментов потребительского рынка и их особенности. Владеет терминологией, описывающей инфраструктуру потребительского рынка.</p>
<p>ПК.7 знание основ разработки и внедрения профессиональных, в том числе корпоративных стандартов в области управления персоналом, умение составлять описания и распределять функции и функциональные обязанности сотрудников, а также функции подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции, положения о подразделениях)</p>	<p>Состояние потребительских рынков РФ и Пермского края Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>Знает систему показателей статистики РФ, характеризующих потребительский рынок. Умеет проводить комплексный анализ ключевых показателей развития потребительского рынка на основе данных официальной статистики, и интерпретировать его результаты. Владеет методами обработки статистических данных и представления результатов анализа.</p>
<p>ПК.7 знание основ разработки и внедрения профессиональных, в том числе корпоративных стандартов в области управления персоналом, умение составлять описания и распределять функции и функциональные обязанности сотрудников, а также функции подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции, положения о подразделениях)</p>	<p>Подготовка к экзамену (зачету) Итоговое контрольное мероприятие</p>	<p>Знает место и роль потребительского рынка в экономической системе, факторы и особенности его развития, основные сегменты и их характеристики. Умеет проводить комплексный анализ ключевых показателей развития потребительского рынка на основе данных официальной статистики РФ, и интерпретировать его результаты. Владеет методами поиска, анализа и обработки статистических данных, характеризующих потребительский рынок, и представления результатов анализа.</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Место и роль потребительского рынка в экономической системе

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Знания категорий и моделей теории рынков	40
Знания категорий и моделей теории поведения фирмы	30
Знания категорий и моделей теории поведения потребителя	30

Особенности потребительского рынка

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **15**

Проходной балл: **6.2**

Показатели оценивания	Баллы
Дает оценку структуры и эффективности функционирования конкретного потребительского рынка.	8
Описывает место, роль, структуру и функции потребительского рынка.	7

Инфраструктура рынка

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **15**

Проходной балл: **6.2**

Показатели оценивания	Баллы
Дает развернутую характеристику сегментов потребительского рынка и инфраструктуры рынка.	8
Описывает положительные и негативные факторы развития основных сегментов потребительского рынка.	7

Состояние потребительских рынков РФ и Пермского края

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **12.3**

Показатели оценивания	Баллы
Дает общее описание особенностей, структуры и факторов развития данного потребительского рынка.	6
Приводит корректные показатели статистики РФ, характеризующие данный потребительский рынок и факторы его развития, и их интерпретацию.	6
Умеет представлять результаты анализа в табличной, графической и вербальной форме.	6

Умеет осуществлять дефлирование показателей.	6
Умеет рассчитывать базисные индексы на основе цепных и интерпретировать результаты расчетов.	6

Подготовка к экзамену (зачету)

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **16.4**

Показатели оценивания	Баллы
Грамотное и полноценное изложение теоретических аспектов по предложенной теме.	30
Приведение примеров из практики по предложенной теме и их корректная интерпретация.	10