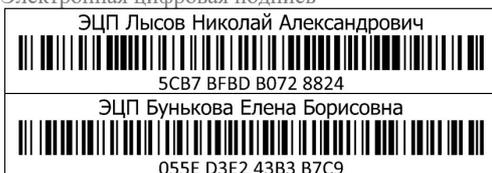


Электронная цифровая подпись



Утверждено 31 мая 2018г.
протокол № 5

председатель Ученого Совета Лысов Н.А.

ученый секретарь Ученого Совета Бунькова Е.Б.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
по дисциплине «МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»**

Направление подготовки 34.03.01 Сестринское дело
(уровень бакалавриата)

Направленность: Сестринское дело

Квалификация (степень) выпускника: Академическая медицинская сестра
(для лиц мужского пола - Академический медицинский брат). Преподаватель.

Форма обучения: очно-заочная

Срок обучения: 4 года 6 мес

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

В результате освоения ОПОП обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю): «Маркетинг в здравоохранении»

| Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам) | Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка – по желанию | Наименование оценочного средства | Шкала оценивания |
|--|--|---|-------------------------------|
| Тема1 .Маркетинговые исследования | ОПК-4, ОПК-11, ПК-8 | Устный ответ, стандартизированный тестовый контроль, реферат, решение ситуационных задач | Пятибалльная шкала оценивания |
| Тема2 Рыночные отношения и маркетинг в здравоохранении | ОПК-4, ОПК-11, ПК-8 | Устный ответ, стандартизированный тестовый контроль, реферат, решение ситуационных задач | Пятибалльная шкала оценивания |
| Тема3 Медицинская услуга как товар. Рынок медицинских услуг. | ОПК-4, ОПК-11, ПК-8 | Устный ответ, стандартизированный тестовый контроль, реферат, решение ситуационных задач | Пятибалльная шкала оценивания |
| Тема 4 Оценка конкурентоспособности медицинских услуг | ОПК-4, ОПК-11, ПК-8 | Устный ответ, стандартизированный тестовый контроль, реферат, решение ситуационных задач | Пятибалльная шкала оценивания |
| Тема5 Маркетинг продуктов, используемых при оказании медицинских услуг Зачёт | ОПК-4, ОПК-11, ПК-8 | Устный ответ, стандартизированный тестовый контроль, реферат, решение ситуационных задач, проведение круглого стола | Пятибалльная шкала оценивания |

2. Текущий контроль успеваемости на занятиях семинарского типа (семинары, практические занятия, клинические практические занятия, практикумы, лабораторные работы), включая задания самостоятельной работы обучающихся, проводится в формах:

- устный ответ (в соответствии с темой занятия в рабочей программе дисциплины и перечнем вопросов для самоконтроля при изучении разделов дисциплины рабочей программы дисциплины);
- стандартизированный тестовый контроль,
- написание рефератов;
- решение ситуационных задач;
- проведение круглого стола;
- иные формы контроля, определяемые преподавателем

Выбор формы текущего контроля на каждом занятии осуществляет преподаватель. Формы текущего контроля на одном занятии у разных обучающихся могут быть различными. Конкретную форму текущего контроля у каждого обучающегося определяет преподаватель. Количество форм текущего контроля на каждом занятии может быть различным и определяется преподавателем в зависимости от целей и задач занятия.

2.1 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

2.1.1. Тестовые задания текущего контроля успеваемости (по темам или разделам)

Тема 1: Маркетинговые исследования.

1. Выберите наиболее полное определение маркетинга в здравоохранении:

1. маркетинг – система принципов, методов и мер, базирующаяся на комплексном изучении спроса потребителя и целенаправленном формировании предложения медицинских услуг производителям
2. маркетинг – вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена
3. маркетинг – предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю
4. маркетинг – комплексный процесс планирования, экономического обоснования и управления производством услуг здравоохранения, ценовой политикой в области лечебно-диагностического процесса, продвижением услуг к потребителям, а также процессом реализации.

2. Основные понятия, отражающие сущность маркетинга (исключите неправильный ответ):

1. производительность
2. запрос, товар
3. обмен, сделка
4. рынок

3. Систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом товаров и услуг называется включая здравоохранение:

1. панель
2. гипотеза
3. маркетинговое исследование
4. случайная выборка

4. Данные о состоянии внешней среды медицинской организации, опубликованные не для целей конкретного исследования, называются:

1. данные опросов
2. данные экспериментов
3. первичные данные
4. внешние вторичные данные

5. Объектами маркетинга в здравоохранении являются:

1. товары
2. услуги
3. фирмы
4. все вышеперечисленные ответы

6. В маркетинге товар понимается как?

1. продукт товара, произведенный для обмена
2. физический объект
3. набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя
4. все ответы верны

7. Вторым этапом маркетинговых исследований в здравоохранении является:

1. ситуационный анализ
2. тактическое планирование
3. маркетинговый синтез
4. маркетинговый контроль

8. Исследование системы распределения в здравоохранении проводится в рамках:

1. изучения поведения потребителей
2. исследования рынка
3. диагностики микросреды фирмы
4. анализа конкурентной среды

9. Спрос на товар (медицинскую услугу) как категорию маркетинга- это?

1. нужда в конкретном виде продукции
2. потребность в товаре (услуге)
3. потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем
4. все ответы верны

10. Маркетинг в здравоохранении изучает:

1. конъюнктуру рынка медицинских услуг, изделий медицинского назначения и т.п.
2. методы управления потребительским спросом медицинских услуг и т.п.

3. производство предлагаемых к сбыту изделий медицинского назначения и фармацевтической продукции
4. общий уровень цен в условиях инфляции

Ответы к тестам:

| | | | | |
|-----|-----|-----|-----|--------|
| 1-4 | 2-1 | 3-3 | 4-4 | 5-4 |
| 6-3 | 7-1 | 8-2 | 9-3 | 10-1,2 |

Тема 2: Рыночные отношения и маркетинг в здравоохранении

1. Рыночное предложение в системе здравоохранения - это:

1. готовность производителей производить разные количества продукта по каждой цене из определённого диапазона цен в конкретный временной период
2. готовность производителя произвести и продать определённое количество товара в конкретный период времени
3. целевая установка производителя
4. оферта

2. При прогнозировании спроса медицинских услуг и товаров медицинского назначения учитывается

1. соотношение сбыта и цен
2. общие и относительные издержки
3. показатели повторных покупок
4. темпы роста сбыта
5. сезонность

3. На рынке медицинских услуг основным объектом купли-продажи выступает

1. труд медицинских работников
2. медицинские услуги
3. здоровье населения
4. медикаменты
5. медицинские инструменты

4. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке медицинских услуг отмечается?

1. большое число потребителей
2. превышение предложения над спросом
3. превышение спроса над предложением
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

5. Потребительский рынок формируется:

1. предприятиями, которые покупают товары для их последующей реализации
2. лицами, которые приобретают товары для их собственного потребления
3. лицами, которые приобретают товары для продажи
4. предприятиями изготовителями готовой продукции

6. Изучение различных справочников и статистической литературы, к какому виду исследования рынка относится:

1. полевые исследования
2. не относится к исследованиям
3. кабинетные исследования
4. правильного ответа нет

7. Основными признаками стадии роста медицинских услуг на рынке являются

1. сбыт - слабый
2. сбыт — быстрорастущий
3. сбыт - падающий
4. прибыль - ничтожная
5. прибыль - максимальная

8. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

1. большое число потребителей
2. превышение предложения над спросом
3. превышение спроса над предложением
4. все ответы верны

9. Закон спроса представляет собой зависимость:

1. когда цена товара падает, объём планируемых закупок, как правило, растёт

2. потребители склонны заменять дорогие продукты более дешёвыми
3. рост доходов потребителей ведёт к тому, что они начинают покупать больше товаров
4. превышение предложения над спросом, как правило, ведёт к снижению цены на товар

10. При конкуренции на рынке медицинских услуг учитывается

1. соотношение сбыта и цен
2. общие и относительные издержки
3. сильные и слабые стороны конкурентов
4. вероятные стратегии конкурентов
5. показатели повторных покупок

Ответы к тестам:

| | | | | |
|-----|-----------|-----|-----|-----------|
| 1-1 | 2-1, 4, 5 | 3-2 | 4-2 | 5-2 |
| 6-3 | 7-2, 5 | 8-2 | 9-1 | 10-1,3, 5 |

Тема 3: Медицинская услуга как товар. Рынок медицинских услуг.

1. Определите термин "услуга":

1. категория маркетинга
2. выгода, которую одна сторона может предлагать другой
3. товар
4. нет правильного ответа

2. Спрос на рынке медицинских услуг:

1. это количество медицинских услуг, которые желают и могут приобрести пациенты по любой цене
2. платежеспособная потребность
3. потребность в приобретении медицинских услуг
4. вежливость и внимание со стороны врачей

3. Цена, спрос и предложение на рынке медицинских услуг взаимодействуют так:

1. цена определяет спрос
2. предложение определяет цену, независимо от спроса
3. цена балансирует спрос и предложение
4. цена не зависит от предложений

4. При расчете одного посещения врача используется метод ценообразования:

1. затратный
2. гонорарный
3. повременный
4. по шкале ресурсов

5. Основные факторы, влияющие на спрос медицинских услуг:

1. цена на медицинские услуги
2. уровень доходов населения
3. реклама
4. все ответы правильные

6. Факторы влияющие на предложение при оказании медицинских услуг:

1. количество врачей
2. стоимость оборудования
3. налоги
4. цели медучреждения

7. Виды деятельности маркетинга медицинских услуг:

1. продвижение медицинской услуги на рынке медицинских услуг
2. установление оптимального качества медицинской услуги при оптимальной цене
3. обследование пациента
4. разработка медицинской услуги

8. Конкурентные преимущества при оказании медицинских услуг:

1. высокая репутация медучреждения
2. размеры кабинетов врачей
3. высокое качество оказания медицинских услуг
4. наличие автостоянки

9. Виды маркетинга в здравоохранении:

1. маркетинг медицинских услуг
2. маркетинг организаций

3. маркетинг продаж
4. маркетинг отдельного лица

10. Маркетинг медицинских услуг предусматривает следующие виды деятельности:

1. разработка медицинской услуги
2. обследование пациента
3. продвижение медицинской услуги на рынке медицинских услуг
4. установление оптимального качества медицинской услуги при оптимальной цене

Ответы к тестам:

| | | | | |
|-------|----------|-------|---------|----------|
| 1-2 | 2-2 | 3-3 | 4-1 | 5-4 |
| 6-1,2 | 7-1,-2,4 | 8-1,3 | 9-1,2,3 | 10-1,3,4 |

Тема 4: Оценка конкурентоспособности медицинских услуг

1. Цель медицинской рекламы:

1. формировать и поддерживать интерес к товару(услуг)
2. завоевать пациента
3. создать высокий престиж ЛПУ
4. разработка медицинской услуги

2. Виды медицинской рекламы:

1. реклама в прессе, радио- и телереклама
2. рекламные сувениры
3. наружная реклама
4. нет правильного ответа

3. Основными факторами сегментации рынка являются:

1. географический
2. экономический
3. демографический
4. все ответы правильны

4. При конкуренции учитывается:

1. соотношение сбыта и цен
2. общие и относительные издержки
3. сильные и слабые стороны конкурентов
4. показатели повторных покупок

5. Проведению позиционирования медицинской услуги на рынке медицинских услуг обязательно предшествует:

1. анализ ассортимента
2. выбор целевого сегмента
3. оценка компетентности экспертов
4. оценка конкурентоспособности медицинской услуги

6. Позиционирование учреждения:

1. определение действий, которые обеспечат учреждению конкурентоспособность на рынке
2. стратегия дифференциации услуг
3. определение размеров собственности
4. обследование пациента

7. Что можно считать конкурентными преимуществами:

1. высокая репутация ЛПУ
2. высокое качество оказания медицинских услуг
3. текучесть кадров
4. размеры кабинетов врачей

8. Основными этапами медицинского маркетинга при изучении спроса на медицинскую услугу являются:

1. реконструктивные воздействия на спрос
2. удовлетворение потребностей населения
3. исходная оценка состояния спроса
4. динамические оценки изменения состояния спроса

9. При прогнозировании спроса учитывается:

1. соотношение сбыта и цен
2. общие и относительные издержки

3. показатели повторных покупок
4. темпы роста сбыта

10. Основными признаками стадии роста медицинских услуг на рынке являются

1. сбыт- слабый
2. сбыт быстрорастущий
3. прибыль максимальная
4. сбыт падающий

Ответы к тестам:

| | | | | |
|-----|--------|-------|----------|--------|
| 1-1 | 2-1 | 3-4 | 4-3 | 5-2 |
| 6-1 | 7-1,-2 | 8-3,4 | 9-1,3 ,4 | 10-2,3 |

Тема 5: Маркетинг продуктов, используемых при оказании медицинских услуг

1. Медицинские услуги в системе Добровольного медицинского страхования медицинскому учреждению оплачивает:

1. страховая компания
2. предприятие, где работает пациент
3. территориальный фонд обязательного медицинского страхования
4. пациент

2. Обязано ли медицинское учреждение информировать пациента о возможности получения услуг бесплатно, если пациент желает получить медицинские услуги, предусмотренных Территориальной программой, на платной основе:

1. да
2. нет

3. Платные медицинские услуги оказываются учреждениями здравоохранения на основании:

1. устных договоренностей
2. письменного договора

4. Какие виды медицинской помощи могут оказываться учреждениями здравоохранения как платные услуги:

1. профилактическая
2. лечебно-диагностическая
3. протезно-ортопедическая
4. зубопротезная
5. все перечисленные виды

5. Имеет право медицинское учреждение здравоохранения оказывать платные медицинские услуги, которые отсутствуют в лицензии:

1. да
2. нет

6. Цена на платную медицинскую услугу должна обеспечивать

1. себестоимость
2. себестоимость и прибыль

7. Может ли льгота по платным услуга, предоставляемая отдельным категориям граждан, превышать залуженную прибыль и льготная цена быть ниже себестоимости:

1. да
2. нет

8. Каким образом производится оплата медицинских услуг:

1. безналичным расчетом через учреждения банков
2. внесение наличных денег непосредственно в кассу с выдачей пациенту соответствующего документа
3. передача наличных денег непосредственно медицинскому сотруднику, выполняющему услугу

9. Оказание платных медицинских услуг должно проводиться медицинским персоналом:

1. в основное рабочее время в первую очередь
2. специально организованных структурных подразделениях (кабинеты, отделения)
3. в свободное от основной работы время
4. в основное рабочее время, при условии первоочередного оказания бесплатной медицинской помощи

10. Медицинские услуги в системе обязательного медицинского страхования медицинскому учреждению оплачивает:

1. страховая компания
2. предприятие, где работает пациент
3. Территориальный фонд обязательного медицинского страхования
4. пациент

Ответы к тестам:

| | | | | |
|-----|------|-------|-------|--------|
| 1-1 | 2-1 | 3-2 | 4-5 | 5-2 |
| 6-2 | 7--2 | 8-1,2 | 9-2,3 | 10-1,3 |

2.2. Перечень тематик рефератов для текущего контроля

Тема 1 Маркетинговые исследования.

1. Управление маркетингом. Анализ, планирование.
2. Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг.
3. Основные предпосылки внедрения маркетинга в здравоохранение.

Тема 2 Рыночные отношения и маркетинг в здравоохранении.

1. Маркетинговая деятельность в сфере здравоохранения.
2. Сегментирование рынка медицинских услуг.
3. Роль рекламы в маркетинге медицинских услуг.

Тема 3 Медицинская услуга как товар. Рынок медицинских услуг.

1. Специфика маркетинга услуг в здравоохранении
2. Особенности медицинских услуг
3. Цены и ценообразование в маркетинге медицинских услуг.

Тема 4 Оценка конкурентоспособности медицинских услуг

1. Критерии конкурентоспособности в здравоохранении.
2. Влияние рынка на качество и конкурентоспособность медицинских услуг.
3. Роль стандартизации и сертификации в системе обеспечения качества и конкурентоспособности продукта и услуги в здравоохранении.

Тема 5 Маркетинг продуктов, используемых при оказании медицинских услуг

1. Факторы влияющие на спрос в здравоохранении.
2. Потребительские свойства и качество медицинских и фармацевтических товаров.
3. Развитие производства медицинских и фармацевтических товаров в России.

Темы рефератов могут быть предложены преподавателем из вышеперечисленного списка, а также обучающимся в порядке личной инициативы по согласованию с преподавателем

2.3 Перечень ситуационных задач для текущего контроля успеваемости

Тема 1 Маркетинговые исследования.

Ситуационная задача 1

Лечебно-профилактическое учреждение решило оказывать платные медицинские услуги населению. В результате маркетингового исследования была выявлена потребность населения в стоматологической помощи. Учитывая отсутствие конкурентов в данном районе, было решено установить высокие цены на предлагаемые услуги.

Какой информации не хватает для полного анализа ситуации и эффективного ценообразования?

Ответ:

1. Для полного анализа не хватает:
 - Емкости и потенциала целевого рынка.
 - Информации об основных мотивациях (цена, качество) при обращении за стоматологической помощью к конкурентам.
 - Информации о реальной платежеспособности целевых потребителей.
2. Цена - денежная сумма, запрашиваемая за товар или услугу, или сумма тех ценностей, которые потребитель отдает в обмен на право обладать или использовать товар или услугу.
3. Основные методы ценообразования:
 - Средние издержки + прибыль.
 - Обеспечение целевой прибыли.
 - Установление цены на основе ощущаемой ценности.
 - На основе цен конкурентов.

Тема 2 Рыночные отношения и маркетинг в здравоохранении

Ситуационная задача 1

В ситуации, когда на определенный вид медицинских услуг существует отрицательный спрос, **что необходимо предпринять руководству учреждения для преодоления этой ситуации:**

- 1) информировать потребителя о качестве медицинской услуги;
- 2) повышать качество медицинской услуги;
- 3) представлять товар на новые сегменты рынка;
- 4) информировать потребителя о пользе применения данной медицинской услуги;
- 5) повысить зарплату медицинскому персоналу.

Ответ: 4

Ситуационная задача 2

Частное медицинское учреждение с целью эффективной работы со своими пациентами разделила их на небольшие группы по двум принципам: по половому (мужчины и женщины) и по уровню доходов (высокий и низкий). Для каждой из получившихся 4 групп отдел маркетинга разработал свой комплекс медицинских услуг, метод ценообразования и способ продвижения.

1. **Какой механизм маркетинга использовало медицинское учреждение?**
2. **Дайте определение этому процессу и опишите его основные этапы.**

Ответ:

Медицинское учреждение использовало механизм целевого маркетинга.

Целевой маркетинг – направление усилий учреждения на обслуживание одной или нескольких групп потребителей, отличающихся общностью потребностей или характеристик.

Основные этапы целевого маркетинга:

- Сегментирование рынка (определение принципов, которые будут положены в основу сегментирования рынка, составление профиля каждого из полученных сегментов)
- Выбор целевых сегментов рынка (оценка степени привлекательности полученных сегментов, выбор одного или нескольких целевых сегментов)
- Позиционирование товара на рынке (разработка подхода к позиционированию в каждом из целевых сегментов, разработка маркетингового комплекса для каждого целевого сегмента).

Тема 3 Медицинская услуга как товар. Рынок медицинских услуг.

Ситуационная задача 1

Медицинское учреждение оказывает некоторый перечень платных медицинских услуг. Никаких специальных маркетинговых мероприятий по работе с персоналом не проводилось. Объем оказываемых платных медицинских услуг находится на предельно низком уровне.

1. Дайте определение термину «услуга».

2. Опишите основные отличия услуг от физических товаров и задачи по их минимизации.

3. Какие мероприятия необходимо провести в учреждении для увеличения объема оказываемых услуг.

Ответ:

Медицинская услуга – любое мероприятие или выгода (деятельность или благо), которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо.

Основные отличия услуг от физических товаров:

Неосвязаемость. Ведет к увеличению степени неопределенности приобретения. Задача – увеличение степени освязаемости.

Неотделимость от источника. Обязательное присутствие покупателя, взаимодействие поставщика и покупателя, присутствие других потребителей. Задача – управление спросом.

Непостоянство качества. Услуга оказывается человеком (машиной) – человеку. Задача – дополнительная мотивация персонала.

Несохраняемость. Ведет к невозможности реагирования на повышение спроса. Задача – дифференцированное ценообразование, введение дополнительной услуги (продажа дополнительного товара), введение системы резервирования, привлечение служащих, перекладывание части работы на покупателей, планирование расширения.

Необходимые мероприятия:

Проведение маркетингового исследования, с целью выявления потребности населения в тех или иных услугах.

Изменение существующих услуг или создание новых, с целью удовлетворения потребности.

- Обучение персонала технологиям продажи услуг.
- Мотивация персонала.
- Продвижение услуг (реклама, почтовая рассылка).
- Другие маркетинговые мероприятия.

Ситуационная задача 2

Частнопрактикующий врач вот уже два года оказывает своим пациентам одну и ту же медицинскую услугу. Через год интенсивного роста объема оказываемых услуг установилось некоторое постоянство, а затем в течение 6 месяцев стало наблюдаться постепенное снижение объема продаж. Все проводимые мероприятия, включая рекламную кампанию, направленную на всех целевых пациентов, привели к дальнейшему росту издержек и снижению прибыли.

Выявите причины возникшей ситуации и предложите пути их решения.

Ответ:

1. Данная медицинская услуга находится в «упадке» (жизненный цикл товара).
2. Существуют следующие циклы товара: введение на рынок, рост, зрелость, упадок.
3. Маркетинговая цель в сложившейся ситуации: сократить расходы и получить максимально возможную прибыль из торговой марки данной услуги.
4. Следует сократить рекламу до уровня, необходимого для сохранения консервативных приверженцев.

Тема 4 Оценка конкурентоспособности медицинских услуг

Ситуационная задача 1

Лечебно-профилактическое учреждение решило оказывать платные медицинские услуги населению. В результате маркетингового исследования была выявлена потребность населения в стоматологической помощи. Учитывая отсутствие конкурентов в данном районе, было решено установить высокие цены на предлагаемые услуги.

1. **Укажите, какой информации не хватает для полного анализа ситуации и эффективного ценообразования?**
2. **Дайте определение термину «цена».**
3. **Назовите основные методы ценообразования.**

Ответ:

Для полного анализа не хватает:

Емкости и потенциала целевого рынка.

Информации об основных мотивациях (цена, качество) при обращении за стоматологической помощью к конкурентам.

Информации о реальной платежеспособности целевых потребителей.

Цена – денежная сумма, запрашиваемая за товар или услугу, или сумма тех ценностей, которые потребитель отдает в обмен на право обладать или использовать товар или услугу.

Основные методы ценообразования:

Средние издержки + прибыль.

Обеспечение целевой прибыли.

Установление цены на основе ощущаемой ценности.

На основе цен конкурентов.

Тема 5 Маркетинг продуктов, используемых при оказании медицинских услуг

Ситуационная задача 1

В ситуации, когда перед руководством организации стоит задача увеличения величины емкости рынка конкретной медицинской услуги, **какой из видов спроса создает резерв для этого посредством улучшения качества оказываемой медицинской услуги:**

- 1) скрытый спрос;
- 2) отрицательный спрос;
- 3) стабильный спрос;
- 4) эластичный спрос;
- 5) неэластичный спрос.

Ответ: 1

Ситуационная задача 2

Частное медицинское учреждение с целью эффективной работы со своими пациентами разделила их на небольшие группы по двум принципам: по половому (мужчины и женщины) и по уровню доходов (высокий и низкий). Для каждой из получившихся 4 групп отдел маркетинга разработал свой комплекс медицинских услуг, метод ценообразования и способ продвижения.

1. Какой механизм маркетинга использовало медицинское учреждение?

2. Дайте определение этому процессу и опишите его основные этапы.

Ответ:

1. Медицинское учреждение использовало механизм целевого маркетинга.
2. Целевой маркетинг - направление усилий учреждения на обслуживание одной или нескольких групп потребителей, отличающихся общностью потребностей или характеристик.
3. Основные этапы целевого маркетинга:
 - Сегментирование рынка (определение принципов, которые будут положены в основу сегментирования рынка, составление профиля каждого из полученных сегментов)
 - Выбор целевых сегментов рынка (оценка степени привлекательности полученных сегментов, выбор одного или нескольких целевых сегментов)
 - Позиционирование товара на рынке (разработка подхода к позиционированию в каждом из целевых сегментов, разработка маркетингового комплекса для каждого целевого сегмента).

Ситуационная задача 3

В больницу г. Самары обратился пациент М – житель одной из республик ближнего зарубежья, гражданство РФ отсутствует. Больного беспокоят длительные боли в области поясницы, иррадиирующие в ногу, онемение пальцев стопы. Предшествующее лечение не приносило результат.

После проведения обследования был поставлен диагноз грыжи диска L3-L4, радикулопатия и предложено оперативное лечение. Оплата лечения за счет средств пациента

1. Правомочно ли взимание денег за лечение с пациента? (ответ обосновать ссылками на регламентирующие документы)
2. Как организационно решается процедура оплаты лечения.
3. Заполните необходимые документы

Эталон ответа.

1. Пациент не является гражданином РФ, лечение носит плановый характер, поэтому медицинское учреждение правомочно оказать платную медицинскую услугу.
2. Между пациентом и медицинским учреждением заполняется типовой договор на предоставление платных услуг. Стоимость лечения определяется в соответствии с действующим прейскурантом на платные медицинские услуги, действующим в больнице. Пациент должен оплатить стоимость услуги в кассу больницы и получить квитанцию об оплате или кассовый чек.
3. Студентам предлагается заполнить данный договор

Ситуационная задача 4

Администрация предприятия решило провести вакцинацию своих сотрудников в количестве 120 человек против гриппа импортной вакциной, и обратились в медицинское учреждение расположенное рядом с предприятием.

1. В каких случаях медицинское учреждение правомочно выполнить необходимую услугу.
2. Каким образом должны быть оформлены отношения между предприятием и медицинским учреждением, в случае если данная услуга выполнима.

Ответ.

1. Медицинское учреждение может провести вакцинацию при наличии
 - Лицензии на иммунопрофилактику
 - Разрешения на оказание платных медицинских услуг
 - Разрешения на закупку медикаментов
2. Если медицинское учреждение обладает всем необходимым, то между предприятием и мед. Учреждением заключается договор на оказание платных услуг.
3. Студентам предлагается заполнить договор
4. После подписания договора, предприятие перечисляет денежные средства путем безналичного расчета по счету выставленному медицинским учреждением. После чего выполняется необходимая услуга и подписывается Акт выполненных работ.

2.4 Проведение круглого стола по теме: Эффективное управление в здравоохранении

| | |
|-------|---|
| ОПК-4 | Способен применять медицинские технологии, медицинские изделия, лекарствен- |
|-------|---|

| | |
|---------------|--|
| | ные препараты, дезинфекционные средства и их комбинации при решении профессиональных задач |
| 1 | задачи и функциональные обязанности сестринского персонала при использовании медицинских технологий, медицинских изделий, лекарственных препаратов, дезинфекционные средств и их комбинаций при решении профессиональных задач |
| 2 | Заполнить сестринский лист назначений. Выбрать и заказать дез.средств для обработки (медицинских изделий, инструментов, рук персонала и т.п. по выбору преподавателя) |
| 3 | Решение ситуационных задач |
| ОПК-11 | Способен проектировать организационные структуры, планировать и осуществлять мероприятия по управлению персоналом, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия |
| 1 | Роль медсестры-менеджера в организации маркетинга, характер и содержание его труда |
| 2 | Распределить и делегировать полномочия среди среднего медицинского персонала медицинской организации с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (по организации маркетинга) |
| 3 | Составьте план мероприятий по организации маркетинга медицинской организации с учетом нормативных документов и экономической эффективности |
| ПК-8 | Готовность к участию в сборе и обработке медико-статистических данных |
| 1 | Основы медицинского товароведения; методы сбора и обработки медико-статистических данных в области медицинского товароведения |
| 2 | Получить и обработать данные по хранению и учету медицинских товаров в медицинском учреждении (первичные данные активно запросить у преподавателя). Заполнить нормативные документы |
| 3 | Решение ситуационных задач |

3. Промежуточная аттестация

3.1 Форма промежуточной аттестации – зачет

Вопросы к зачету (ОПК-4; ОПК-11; ПК-8):

1. Что такое маркетинг?
2. Назовите основные понятия в маркетинге.
3. Что такое потребность? Приведите примеры.
4. Как определяется нужда в системе маркетинга? Каковы, на ваш взгляд, нужды в здравоохранении?
5. Что такое товар?
6. Что такое услуга? В чем отличие услуги от товара?
7. Что такое обмен в системе маркетинга?
8. Перечислите условия для совершения обмена.
9. Какие принципы в системе маркетинга вы знаете?
10. Цель и задачи маркетинга.
11. Что такое управление маркетингом? Кто такой управляющий по маркетингу?
12. Какие концепции маркетинга Вы знаете?
13. Какая концепция маркетинга в здравоохранении направлена на удовлетворение нужд и потребностей пациентов?
14. Из каких элементов складывается процесс управления маркетингом?
15. Что такое маркетинговая среда?
16. Какие виды маркетинговой среды Вы знаете?
17. Какие факторы составляют макросреду маркетинга?
18. Какое влияние факторы макросреды оказывают на производителей и потребителей медицинских услуг?
19. Перечислите предпосылки возникновения маркетинга медицинских услуг.
20. Перечислите виды маркетинга в здравоохранении.
21. Каковы особенности рынка медицинских услуг?
22. Какие вы знаете важные категории рынка? В чем заключается их медицинская специфичность?
23. За счет каких параметров функционирует механизм рынка услуг в здравоохранении?
24. Представьте классификацию видов спроса на медицинские услуги?
25. Какой информацией надо располагать для изучения потребительского спроса?
26. Перечислите этапы расчета цены.
27. Какие применяются цены на медицинские услуги?

28. Что такое сегментация рынка? Какие принципы сегментации Вы знаете в практике работы ЛПУ?

29. Что такое комплекс маркетинга?

30. Какие факторы маркетинга вы знаете? Дайте им характеристику.

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

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой *разделов (тем)* учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

4.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов, планируемых результатов обучения и критериев оценивания освоения компетенций

| Формируемая компетенция | Индикаторы сформированности компетенций | Содержание компетенции | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | Критерии оценивания результатов обучения (дескрипторы) по шкале зачтено/не зачтено | |
|-------------------------|---|--|--|---|--|
| | | | | «не зачтено» | «зачтено» |
| ОПК-4 | | Способен применять медицинские технологии, медицинские изделия, лекарственные препараты, дезинфекционные средства и их комбинации при решении профессиональных задач | Знать: задачи и функциональные обязанности сестринского персонала при использовании медицинских технологий, медицинских изделий, лекарственных препаратов, дезинфекционных средств и их комбинаций при решении профессиональных задач | Обучающийся демонстрирует фрагментарные знания задач и функциональных обязанностей сестринского персонала при использовании медицинских технологий, медицинских изделий, лекарственных препаратов, дезинфекционных средств и их комбинаций при решении профессиональных задач | Обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания задач и функциональных обязанностей сестринского персонала при использовании медицинских технологий, медицинских изделий, лекарственных препаратов, дезинфекционных средств и их комбинаций при решении профессиональных задач |
| | | | Уметь: применять медицинские технологии, медицинские изделия, лекарственные препараты, дезинфекционные средства и их комбинации при решении профессиональных задач | Обучающийся демонстрирует фрагментарные умения применять медицинские технологии, медицинские изделия, лекарственные препараты, дезинфекционные средства и их комбинации при решении профессиональных задач | Обучающийся демонстрирует сформированное умение применять медицинские технологии, медицинские изделия, лекарственные препараты, дезинфекционные средства и их комбинации при решении профессиональных задач |
| | | | Владеть: Техникой сестринских манипуляций; Навыками применения медицинских технологий, медицинских изделий, лекарственных препаратов, дезинфекционных средств и их комбинации при решении профессиональных задач | Обучающийся демонстрирует фрагментарные навыки владения техникой сестринских манипуляций; Навыки применения медицинских технологий, медицинских изделий, лекарственных препаратов, дезинфекционных средств и их комбинации при решении профессиональных задач | Обучающийся демонстрирует успешное и систематическое применение навыков владения техникой сестринских манипуляций; Навыков применения медицинских технологий, медицинских изделий, лекарственных препаратов, дезинфекционных средств и их комбинации при решении профессиональных задач |

| | | | | | |
|--------|---------|---|--|---|--|
| | ОПК-4.1 | Демонстрирует применение медицинских технологий, медицинских изделий, лекарственных препаратов, дезинфицирующих средств и их комбинаций при решении профессиональных задач | Знать: Базовые медицинские технологии в сестринском деле | Обучающийся демонстрирует фрагментарные знания базовых медицинских технологий в сестринском деле | Обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания базовых медицинских технологий в сестринском деле |
| | | | Уметь: Выполнять профилактические, гигиенические, лечебные и противоэпидемические мероприятия, а также их комбинации для решения профессиональных задач | Обучающийся демонстрирует фрагментарные умения выполнять профилактические, гигиенические, лечебные и противоэпидемические мероприятия, а также их комбинации для решения профессиональных задач | Обучающийся демонстрирует сформированное умение выполнять профилактические, гигиенические, лечебные и противоэпидемические мероприятия, а также их комбинации для решения профессиональных задач |
| | | | Владеть: Навыками применения медицинских технологий, изделий лекарственных препаратов, дезинфицирующих средств и их комбинаций при решении профессиональных задач | Обучающийся демонстрирует фрагментарные навыки применения медицинских технологий, изделий лекарственных препаратов, дезинфицирующих средств и их комбинаций при решении профессиональных задач | Обучающийся демонстрирует успешное и систематическое применения навыков медицинских технологий, изделий лекарственных препаратов, дезинфицирующих средств и их комбинаций при решении профессиональных задач |
| ОПК-11 | | Способен проектировать организационные структуры, планировать и осуществлять мероприятия по управлению персоналом, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия | Знать: Организационные структуры, мероприятия по управлению персоналом Роль медсестры-менеджера по управлению в организации, характер и содержание его труда | Обучающийся демонстрирует фрагментарные знания организационных структур, мероприятий по управлению персоналом Роли медсестры-менеджера по управлению в организации, характер и содержание его труда | Обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания организационных структур, мероприятий по управлению персоналом Роли медсестры-менеджера по управлению в организации, характер и содержание его труда |
| | | | Уметь: Проектировать организационные структуры, планировать и осуществлять мероприятия по управлению персоналом, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия | Обучающийся демонстрирует фрагментарные умения проектировать организационные структуры, планировать и осуществлять мероприятия по управлению персоналом, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия | Обучающийся демонстрирует сформированное умение проектировать организационные структуры, планировать и осуществлять мероприятия по управлению персоналом, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия |

| | | | | | |
|--|----------|---|---|---|--|
| | | | Владеть: Навыками планирования и осуществления мероприятиями по управлению персоналом; проектирования организационных структур, планирования и осуществления мероприятий по управлению персоналом, делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия | Обучающийся демонстрирует фрагментарные навыки планирования и осуществления мероприятия по управлению персоналом проектирования организационных структур, планирования и осуществления мероприятий по управлению персоналом, делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия | Обучающийся демонстрирует успешное и систематическое применение навыков планирования и осуществления мероприятиями по управлению персоналом проектирования организационных структур, планирования и осуществления мероприятий по управлению персоналом, делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия |
| | ОПК-11.1 | Демонстрирует умение проектировать организационные структуры. | Знать: Принципы построения системы управления ресурсами (трудовыми, материальными) в различных организациях | Обучающийся демонстрирует фрагментарные знания принципов построения системы управления ресурсами (трудовыми, материальными) в различных организациях | Обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания принципов построения системы управления ресурсами (трудовыми, материальными) в различных организациях |
| Уметь: выявлять и объяснять причины необходимости внедрения управленческого подхода в организационные структуры | | | Обучающийся демонстрирует фрагментарные умения выявлять и объяснять причины необходимости внедрения управленческого подхода в организационные структуры | Обучающийся демонстрирует сформированное умение выявлять и объяснять причины необходимости внедрения управленческого подхода в организационные структуры | |
| Владеть: навыками проектирования организационных структур | | | Обучающийся демонстрирует фрагментарные навыки проектирования организационных структур | Обучающийся демонстрирует успешное и систематическое применение навыков проектирования организационных структур | |
| | ОПК-11.2 | Решает профессиональные задачи по управлению персоналом. | Знать: Базовые основы управленческих решений по повышению эффективности работы организации. | Обучающийся демонстрирует фрагментарные знания базовых основ управленческих решений по повышению эффективности работы организации. | Обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания базовых основ управленческих решений по повышению эффективности работы организации. |
| | | | Уметь: разрабатывать управленческие решения по повышению эффективности работы организации. | Обучающийся демонстрирует фрагментарные умения разрабатывать управленческие решения по повышению эффективности работы организации. | Обучающийся демонстрирует сформированное умение разрабатывать управленческие решения по повышению эффективности работы организации. |

| | | | | | |
|---|----------|--|---|---|--|
| | | | Владеть: Навыками разрешения конфликтных ситуаций, среди сестринского персонала, мотивации среднего медицинского персонала к качественной работе, навыками принятия профессиональных решений по управлению персоналом. | Обучающийся демонстрирует фрагментарные навыки разрешения конфликтных ситуаций, среди сестринского персонала, мотивации среднего медицинского персонала к качественной работе, навыками принятия профессиональных решений по управлению персоналом. | Обучающийся демонстрирует успешное и систематическое применение навыков разрешения конфликтных ситуаций, среди сестринского персонала, мотивации среднего медицинского персонала к качественной работе, навыками принятия профессиональных решений по управлению персоналом. |
| | ОПК-11.3 | Демонстрирует умения распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия. | Знать: Понятие делегирования полномочий, как необходимого аспекта в работе современного руководителя | Обучающийся демонстрирует фрагментарные знания понятий делегирования полномочий, как необходимого аспекта в работе современного руководителя | Обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания понятий делегирования полномочий, как необходимого аспекта в работе современного руководителя |
| Уметь: распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия. | | | Обучающийся демонстрирует фрагментарные умения распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия. | Обучающийся демонстрирует сформированное умение распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия. | |
| Владеть: навыками распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия | | | Обучающийся демонстрирует фрагментарные навыки распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия | Обучающийся демонстрирует успешное и систематическое применение навыков распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия | |
| ПК-8 | | Готовность к участию в сборе и обработке медико-статистических данных | Знать: Основы медицинской статистики; абсолютные, относительные показатели здоровья населения; методы сбора и обработки медико-статистических данных | Обучающийся демонстрирует фрагментарные знания основ медицинской статистики; абсолютных, относительных показателей здоровья населения; методов сбора и обработки медико-статистических данных | Обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания основ медицинской статистики; абсолютных, относительных показателей здоровья населения; методов сбора и обработки медико-статистических данных |
| | | | Уметь: Вести медицинскую документацию Участвовать в сборе и обработке медико-статистических данных | Обучающийся демонстрирует фрагментарные умения вести медицинскую документацию Участвовать в сборе и обработке медико- | Обучающийся демонстрирует сформированное умение вести медицинскую документацию Участвовать в сборе и обработке медико- |

| | | | | | |
|--|--------|--|--|--|---|
| | | | | статистических данных | статистических данных |
| | | | Владеть: Навыками правильного ведения медицинской документации; методами сбора и обработки медико-статистических данных | Обучающийся демонстрирует фрагментарные навыки правильного ведения медицинской документации; методами сбора и обработки медико-статистических данных | Обучающийся демонстрирует успешное и систематическое применение навыков правильного ведения медицинской документации; методами сбора и обработки медико-статистических данных |
| | ПК 8.1 | Заполняет формы учета и отчетности на бумажном и/или электронном носителе в установленном порядке | Знать: Основные формы учета и отчетности на бумажном и/или электронном носителе в установленном порядке | Обучающийся демонстрирует фрагментарные знания основных форм учета и отчетности на бумажном и/или электронном носителе в установленном порядке | Обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания основных форм учета и отчетности на бумажном и/или электронном носителе в установленном порядке |
| Уметь: заполнять формы учета и отчетности на бумажном и/или электронном носителе в установленном порядке | | | Обучающийся демонстрирует фрагментарные умения заполнять формы учета и отчетности на бумажном и/или электронном носителе в установленном порядке | Обучающийся демонстрирует сформированное умение заполнять формы учета и отчетности на бумажном и/или электронном носителе в установленном порядке | |
| Владеть: Методами заполнения форм учета и отчетности на бумажном и/или электронном носителе в установленном порядке | | | Обучающийся демонстрирует фрагментарные навыки заполнения форм учета и отчетности на бумажном и/или электронном носителе в установленном порядке | Обучающийся демонстрирует успешное и систематическое применение навыков Методами заполнения форм учета и отчетности на бумажном и/или электронном носителе в установленном порядке | |
| | ПК 8.2 | Выполняет нормативные требования к ведению документации, форм учёта и отчётности медицинской сестры по виду деятельности | Знать: Основные нормативные требования к ведению документации, форм учёта и отчётности медицинской сестры по виду деятельности | Обучающийся демонстрирует фрагментарные знания основных нормативных требований к ведению документации, форм учёта и отчётности медицинской сестры по виду деятельности | Обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания основных нормативных требований к ведению документации, форм учёта и отчётности медицинской сестры по виду деятельности |
| | | | Уметь: Использовать нормативные правовые документы в своей деятельности | Обучающийся демонстрирует фрагментарные умения использовать нормативные правовые документы в своей деятельности | Обучающийся демонстрирует сформированное умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности |

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|
| | | | <p>Владеть: навыками выполнения нормативных требований к ведению документации, форм учёта и отчётности медицинской сестры по виду деятельности</p> | <p>Обучающийся демонстрирует фрагментарные навыки выполнения нормативных требований к ведению документации, форм учёта и отчётности медицинской сестры по виду деятельности</p> | <p>Обучающийся демонстрирует успешное и систематическое применение навыков выполнения нормативных требований к ведению документации, форм учёта и отчётности медицинской сестры по виду деятельности</p> |
|--|--|--|---|---|--|

4.2 Шкала, и процедура оценивания

4.2.1. Процедуры оценивания компетенций (результатов)

| № | Компоненты контроля | Характеристика |
|----|-------------------------------|--|
| 1. | Способ организации | традиционный; |
| 2. | Этапы учебной деятельности | Текущий контроль успеваемости, Промежуточная аттестация |
| 3. | Лицо, осуществляющее контроль | преподаватель |
| 4. | Массовость охвата | Групповой, индивидуальный; |
| 5. | Метод контроля | Устный ответ, стандартизированный тестовый контроль, рефераты, решение ситуационных задач, проведение круглого стола |

4.2.2. Шкалы оценивания компетенций (результатов освоения)

Для устного ответа:

- Оценка "отлично" выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, причем не затрудняется с ответом при видоизменении вопроса, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами обоснования своего ответа.
- Оценка "хорошо" выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, владеет необходимыми навыками и приемами обоснования своего ответа.
- Оценка "удовлетворительно" выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.
- Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями излагает материал.
- Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут изложить без ошибок, носящих принципиальный характер материал, изложенный в обязательной литературе.

Для стандартизированного тестового контроля:

Оценка «отлично» выставляется при выполнении без ошибок более 90 % заданий.

Оценка «хорошо» выставляется при выполнении без ошибок более 70 % заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется при выполнении без ошибок более 50 % заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при выполнении без ошибок менее 50 % заданий.

Для оценки рефератов:

Оценка «отлично» выставляется, если реферат соответствует всем требованиям оформления, представлен широкий библиографический список. Содержание реферата отражает собственный аргументированный взгляд студента на проблему. Тема раскрыта всесторонне, отмечается способность студента к интегрированию и обобщению данных первоисточников, присутствует логика изложения материала. Имеется иллюстративное сопровождение текста.

Оценка «хорошо» выставляется, если реферат соответствует всем требованиям оформления, представлен достаточный библиографический список. Содержание реферата отражает аргументированный взгляд студента на проблему, однако отсутствует собственное видение проблемы. Тема раскрыта всесторонне, присутствует логика изложения материала.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если реферат не полностью соответствует требованиям оформления, не представлен достаточный библиографический список. Аргументация взгляда на проблему не достаточно убедительна и не охватывает полностью современное состояние проблемы. Вместе с тем присутствует логика изложения материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если тема реферата не раскрыта, отсутствует убедительная аргументация по теме работы, использовано не достаточное для раскрытия темы реферата количество литературных источников.

Для оценки решения ситуационной задачи:

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы

Для оценки проведения круглого стола

Отлично: все компетенции, предусмотренные в рамках дисциплины (в объеме, знаний, умений и владений) освоены полностью. Уровень освоения компетенции – повышенный. Обучающийся активно решает поставленные задачи, демонстрируя свободное владение предусмотренными навыками и умениями на основе использования полученных знаний.

Хорошо: все компетенции, предусмотренные в рамках дисциплины (в объеме, знаний, умений и владений) освоены полностью. Уровень освоения компетенции – достаточный. Обучающийся решает поставленные задачи, иногда допуская ошибки, не принципиального характера, легко исправляет их самостоятельно при наводящих вопросах преподавателя; демонстрирует владение предусмотренными навыками и умениями на основе использования полученных знаний.

Удовлетворительно: все компетенции, предусмотренные в рамках дисциплины (в объеме, знаний, умений и владений) освоены полностью. Уровень освоения компетенции – пороговый. Обучающийся при решении поставленные задачи, часто допускает ошибки, не принципиального характера, исправляет их при наличии большого количества наводящих вопросов со стороны преподавателя; не всегда полученные знания может в полном объеме применить при демонстрации предусмотренных программой дисциплины навыками и умениями.

Неудовлетворительно: все компетенции, предусмотренные в рамках дисциплины (в объеме, знаний, умений и владений) не освоены или освоены частично. Уровень освоения компетенции – подпороговый. Обучающийся при решении поставленные задачи, допускает ошибки принципиального характера, не может их исправить даже при наличии большого количества наводящих вопросов со стороны преподавателя; знания по дисциплине фрагментарны и обучающийся не может в полном объеме применить их при демонстрации предусмотренных программой дисциплины навыками и умениями.

4.3 Шкала и процедура оценивания промежуточной аттестации

Критерии оценивания зачета (в соответствии с п.4.1)

«Зачтено» выставляется при условии, если у студента сформированы заявленные компетенции, он показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» выставляется при несформированности компетенций, при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.