

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 01 » сентября 20 22 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Управление продажами
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 144 (4)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления)

Направленность: Менеджмент (общий профиль , СУОС)
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цели: ознакомление студентов с современными методами и инструментами управления продажами на основе оценки экономической целесообразности деятельности отдела продаж для принятия грамотных управленческих решений

Задачи:

- изучение основных функций и направлений деятельности отдела продаж и технологий работы с клиентами;
- формирование умений планирования продаж, составления ключевых показателей деятельности отдела продаж и ведения контроля работы отдела продаж, в том числе с использованием цифровых технологий
- формирование навыков использования техник продаж, технологии работы с клиентской базой и ведения необходимых для отдела продаж документов, в том числе с использованием цифровых технологий

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

Основные направления деятельности работы отдела продаж и формирование его стратегии
Работа с клиентами
Организация работы отдела продаж
Техники продаж
Необходимое для отдела продаж документообеспечение

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.4	ИД-1ПК-1.4	Знает требования к разработке комплекса маркетинга с применением традиционных и инновационных подходов, возможности использования современных цифровых технологий в маркетинге.	Знает требования к разработке комплекса маркетинга с применением традиционных и инновационных подходов, возможности использования современных цифровых технологий в маркетинге	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.4	ИД-2ПК-1.4	Умеет разрабатывать маркетинговую стратегию управления продажами в ее увязке с маркетинговой стратегией для организации, реализовывать на ее основе программу коммуникаций с потребителем для увеличения продаж, в том числе с использованием цифровых технологий	Умеет разрабатывать маркетинговую стратегию для организации, реализовывать на ее основе программу коммуникаций с потребителем с использованием современных цифровых технологий	Индивидуальное задание
ПК-1.4	ИД-3ПК-1.4	Владеет навыками использования разных способов реализации комплекса маркетинга в направлении продаж, реализуемой при помощи использования техник продаж, в том числе с использованием цифровых технологий	Владеет навыками использования разных способов разработки и реализации комплекса маркетинга в традиционной и цифровой среде, оценки эффективности маркетинговых программ	Индивидуальное задание
ПК-2.1	ИД-1 ПК-2.1	Знает сущность, структуру и основные показатели эффективности деятельности отдела продаж в организации; подходы планирования продаж и их контроля, в том числе с использованием цифровых технологий	Знает сущность, структуру и основные показатели эффективности деятельности организации; подходы инвестиционного анализа, финансовых инструментов и инвестиционных проектов	Индивидуальное задание
ПК-2.1	ИД-2 ПК-2.1	Умеет выполнять расчеты показателей финансово-хозяйственной деятельности отдела продаж в организации; проводить анализ полученных результатов в сопоставлении с планами и стратегией продаж в организации, в том числе с использованием цифровых технологий, в том числе с использованием цифровых технологий	Умеет выполнять расчеты показателей финансово-хозяйственной деятельности организации; проводить инвестиционный анализ ценных бумаг, производных финансовых инструментов и инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-2.1	ИД-3 ПК-2.1	Владеет методами сбора, анализа и обработки данных, необходимых для расчета показателей финансово-хозяйственной деятельности отдела продаж в организации, в том числе с использованием цифровых технологий	Владеет методами сбора, анализа и обработки данных, необходимых для расчета показателей финансово-хозяйственной деятельности организации; методами и инструментами инвестиционного анализа инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования	Индивидуальное задание

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		7	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	14	14	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Модуль 1. Разработка стратегии продаж	4	0	8	30
Тема 1. Интеграция работы отдела продаж с другими отделами в соответствии со стратегией компании Тема 2. Система показателей для управления продажами, в том числе с использованием цифровых технологий Тема 3. Контроль работы отдела продаж: система отчетности, контрольные показатели, виды «наблюдения», в том числе с использованием цифровых технологий				
Модуль 2. Организация работы отдела продаж	4	0	11	30
Тема 4. Анализ внутренних ресурсов и структура отдела продаж, в том числе с использованием цифровых технологий Тема 5. Аналитика и документообеспечение отдела продаж Тема 6. Виды материальной и не материальной мотивации сотрудников отдела продаж				
Модуль 3. Работа с клиентами	6	0	17	30
Тема 7. Классификация клиентов и технология работы с клиентской базой, в том числе с использованием цифровых технологий Тема 8. Техники продаж: аргументации, активного слушания, выявления потребностей, работы с возражениями, активных звонков, методы подстройки и т.д. Тема 9. Методы получения обратной связи от клиентов, в том числе с использованием цифровых технологий				
ИТОГО по 7-му семестру	14	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	14	0	36	90

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Интеграция работы отдела продаж с отделом маркетинга. в том числе с использованием цифровых технологий
2	Анализ системы показателей для управления продажами в разных отраслях и моделях продаж, в том числе с использованием цифровых технологий
3	Отработка методов «наблюдения» на практике. Формирование алгоритма составления контрольных показателей. в том числе с использованием цифровых технологий
4	Формирование выводов на основании анализа внутренних ресурсов отдела продаж
5	Учебник по продажам. Корпоративные стандарты обслуживания. Учебник по продукту. В том числе с использованием цифровых технологий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
6	Подбор не материальной мотивации для сотрудников отдела продаж разных отраслей и ситуаций
7	Технология работа с потерявшимися клиентами, в том числе с использованием цифровых технологий
8	Технология активных продаж по телефону. Составление скриптов. Отработка работы с возражениями клиента.
9	On-line и off-line методы получения обратной связи от клиентов

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		

1	Деревицкий А. Охота на покупателя: авторизованный конспект семинаров и тренингов для продавцов, агентов, коммивояжеров, менеджеров по сбыту, профессиональных переговорщиков, организаторов продаж и фирменных бизнес-тренеров / А. Деревицкий. - СПб: Питер, 2006.	3
2	Кондрашов В. М. Управление продажами : учебное пособие. Москва : ЮНИТИ, 2007. 319 с.	5
3	Красильникова Т. Г. Менеджмент и маркетинг гостеприимства : учебное пособие / Т. Г. Красильникова. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2009.	20
4	Льюис Д. Тренинг эффективного общения : самоучитель по искусству виртуозной коммуникации / Д. Льюис. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2002.	4
5	Ренвуазе П., Морен К. Тренинг по нейромаркетингу. Где находится кнопка Купить в сознании покупателя? : пер. с англ. Москва : Эксмо, 2022. 222 с. 17,5 усл. печ. л.	1
6	Румянцев Д. Продвижение бизнеса ВКонтакте. Системный подход. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2019. 334 с. 27,090 усл. печ. л.	1
7	Шевченко Д. А., Пономарева Е. В. Продвижение товаров и услуг : практическое руководство. Москва : Дашков и К, 2021. 371 с. 23,25 усл. печ. л.	1
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Азимов С. А. Продажи, переговоры. Практика. Примеры / С. А. Азимов. - Санкт-Петербург[и др.]: Питер, 2014.	3
2	Бакшт К. А. Усиление продаж. Санкт-Петербург : Питер, 2010. 295 с.	2
3	Морен К., Ренвуазе П. Код убеждения. Как нейромаркетинг повышет продажи, эффективность рекламных кампаний и конверсию сайта : пер. с англ. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2020. 381 с. 24,000 усл. печ. л.	1
4	Мрочковский Н. 99 инструментов продаж. Эффективные методы получения прибыли / Н. Мрочковский, С. Сташков. - Санкт-Петербург[и др.]: Питер, 2013.	3
5	Фридман Н. Продажи и продвижение товаров и услуг по телефону от А до Я : как сделать успешным каждый телефонный звонок! : пер. с англ. / Н. Фридман. - М.: ГроссМедиа, 2005.	4
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Бакшт К. А. Усиление продаж / К. А. Бакшт. - СПб: Питер, 2010.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks135278	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Бакшт К.А. Построение отдела продаж - с "нуля" до максимальных результатов / К.А. Бакшт. - СПб: Питер, 2006	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks110333	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Прайснер А. Сбалансированная система показателей в маркетинге и сбыте. Планирование и контроль на базе ключевых показателей эффективности : пер. с нем. / А. Прайснер. - М.: Издат. Дом Гребенникова, 2007.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks111652	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Канина Н. П. Продажи: основы, технология, практика : учебно-методическое пособие. Новосибирск : СГУПС, 2020. 39 с. URL: https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-164636 (дата обращения: 29.06.2022).	https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-164636	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	Презентационный комплекс: экран, проектор, компьютер	1
Практическое занятие	Презентационный комплекс: экран, проектор, компьютер	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Управление продажами»

Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) образовательной программы:	Маркетинг и инновации
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Менеджмент и маркетинг
Форма обучения:	Очная
Форма промежуточной аттестации	Дифференцированный зачет

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (7-го семестра учебного плана) и разбито на 3 учебных модуля. В каждом модуле предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, выполнении практических заданий и дифференцированного зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Контролируемые результаты обучения по дисциплине

Контролируемые результаты освоения дисциплины (ЗУВы)	Вид контроля		
	Текущий	Рубежный	Промежуточная аттестация Дифф. зачет
Усвоенные знания			
3.1. Знает требования к разработке комплекса маркетинга с применением традиционных и инновационных подходов, возможности использования современных цифровых технологий в маркетинге.	ТО		ИЗ
3.2. Знает сущность, структуру и основные показатели эффективности деятельности отдела продаж в организации; подходы планирования продаж и их контроля, в том числе с использованием цифровых технологий	ТО		ИЗ
Освоенные умения			
У.1. Умеет разрабатывать маркетинговую стратегию управления продажами в ее увязке с маркетинговой стратегией для организации, реализовывать на ее основе программу коммуникаций с потребителем для увеличения продаж. в том числе с использованием цифровых технологий		ДИ	ИЗ

У.2. Умеет выполнять расчеты показателей финансово-хозяйственной деятельности отдела продаж в организации; проводить анализ полученных результатов в сопоставлении с планами и стратегией продаж в организации, в том числе с использованием цифровых технологий		ДИ	ИЗ
Приобретенные владения			
В.1. Владеет навыками использования разных способов реализации комплекса маркетинга в направлении продаж, реализуемой при помощи использования техник продаж, в том числе с использованием цифровых технологий		ПЗ	ИЗ
В.2. Владеет методами сбора, анализа и обработки данных, необходимых для расчета показателей финансово-хозяйственной деятельности отдела продаж в организации, в том числе с использованием цифровых технологий		ПЗ	ИЗ

Условные обозначения: ТО - текущий опрос; ИЗ – индивидуальное задание; ДИ – деловая игра; ПЗ – практическое задание

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде дифференцированного зачета, проводимая с учетом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;

- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;

- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланочного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения модуля дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри модулей дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;
- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль

Текущий контроль усвоения материала в форме устного или письменного опроса проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в следующих формах: практическое задание (ПЗ); деловая игра (ДИ).

2.2.1. Практическое задание

Практические задания проводятся в письменном виде в течение семестра. Типовые практические задания:

1. Разработать нематериальную мотивацию для сотрудников отдела продаж X компании.
2. Разработать материальную мотивацию для сотрудников отдела продаж X компании.
3. Провести анализ внутренних ресурсов X компании
4. Разработать on-line методы получения обратной связи от клиентов X компании.

2.2.2. Деловая игра.

Деловая игра проводится на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области и задачи; формируются группы (команды); команды проходят все алгоритмы командного взаимодействия. Для курса «Управление продажами» деловые игры проводятся с целью отработки техник продаж: техники активного слушания клиентов, выявления потребностей, работа с возражениями, активные продажи по телефону и т.д. При проведении деловой игры учитываются и анализируются следующие компетенции: навык грамотной оценки клиента, умение слышать, подстроиться и аргументировать выгоды/ценности приобретаемого товара и услуги, работа с возражениями клиента, умение подвести итоги, договориться о следующем шаге взаимодействия и т.д.

Типовые шкала и критерии оценки результатов выполнения практических заданий приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3. Выполнение индивидуального задания на самостоятельную работу

Индивидуальное задание является комплексным, охватывает все темы курса и представляет собой отчет, позволяющий сделать выводы об усвоенных студентом знаниях, освоенных умениях и приобретенных владениях.

Примерные темы комплексного индивидуального задания:

1. Проанализировать телефонный звонок клиенту и на основе его составить грамотный скрипт, в зависимости от вида клиента и целей звонка.
2. Разработать содержание книги продаж (стандартов обслуживания) для заданной компании (кейс)
2. Проработать заданное возражение с учетом входных данных по ситуации.
3. Провести анализ клиентов/поставщиков/товарной группы по заданной модели.

Сделать выводы, разработать рекомендации.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета. Зачет с оценкой по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих индивидуальных заданий студента по данной дисциплине (результаты теоретических опросов, деловой игры и практических заданий).

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде дифференцированного зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде дифференцированного зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания – выполнения и защиты индивидуального задания. Примерные темы задания приведены в п. 2.3.

Все учебно-методические материалы для изучения дисциплины (в т.ч. индивидуальные задания) размещены на учебном портале Гуманитарного факультета <http://portal-hsb.pstu.ru/> и доступны студентам кафедры после регистрации.

2.4.2.1. Шкалы оценивания результатов обучения на дифференцированном зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче дифференцированного зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при дифференцированном зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде дифференцированного зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.