

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.04.2025 15:31:39
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра экономики и управления

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**

Направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль) Управление в гостиничном бизнесе
Квалификация выпускника: Бакалавр
Год набора - 2025

Автор-составитель: Львов Л. В.

Челябинск 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	3
2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	4
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	5
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	18

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
	УК-3.2. Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды
	УК-3.3. Владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни
	УК-6.2. Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения
	УК-6.3. Владеет методами управления собственным временем; технологиями освоения профессиональных знаний, умений, и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни
ОПК-3. Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК 3.1. Определяет показатели качества услуг в избранной профессиональной деятельности
	ОПК 3.2. Оценивает качество оказания услуг организаций в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных лиц
	ОПК 3.3. Обеспечивает требуемое отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенций
1.	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1 Этап – Знать: УК-3.1. Типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
			2 Этап – Уметь: УК-3.2. Действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды

			<i>3 Этап–Владеть:</i> УК-3.3. Навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем
2.	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<i>1 Этап–знать:</i> УК-6.1. Основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни
			<i>2 Этап – Уметь:</i> УК-6.2. Эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения
			<i>3 Этап–Владеть:</i> УК-6.3. Методами управления собственным временем; технологиями освоения профессиональных знаний, умений, и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни
3.	ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	<i>1 Этап–знать:</i> ОПК 3.1. Показатели качества услуг в избранной профессиональной деятельности
			<i>2 Этап – Уметь</i> ОПК-3.2 Осуществлять оценку качества оказания услуг организаций в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных лиц
			<i>3 Этап–Владеть:</i> ОПК 3.3 Отечественными и международными стандартами качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания.

2. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Критерии оценивания компетенций на различных этапах формирования	Шкала оценивания
1.	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<i>1 Этап – Знать:</i> УК-3.1. Типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия	Критерии оценивания знаний на зачете в разделе 4 данного документа (стр. 23)
			<i>2 Этап – Уметь:</i> УК-3.2. Действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды	
			<i>3 Этап–Владеть:</i> УК-3.3. Навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем	

2.	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<i>1 Этап–знать:</i> УК-6.1. Основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни	
			<i>2 Этап – Уметь:</i> УК-6.2. Эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения	
			<i>3 Этап–Владеть:</i> УК-6.3. Методами управления собственным временем; технологиями освоения профессиональных знаний, умений, и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни	
3.	ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	<i>1 Этап–знать:</i> ОПК 3.1. Показатели качества услуг в избранной профессиональной деятельности	
			<i>2 Этап – Уметь</i> ОПК-3.2 Осуществлять оценку качества оказания услуг организаций в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных лиц	
			<i>3 Этап–Владеть:</i> ОПК 3.3 Отечественными и международными стандартами качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания.	

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1 ЭТАП – ЗНАТЬ

Раздел 1. Теория и методология корпоративной социальной ответственности.

Тема 1.1. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности.

Устный опрос по вопросам:

1. Сущность и содержание корпоративной социальной ответственности.
2. Уровни корпоративной социальной ответственности.
3. Комплексная модель корпоративной социальной ответственности.
4. Модель корпоративной социальной деятельности.
5. Российские исследования в сфере корпоративной социальной ответственности.

Темы рефератов:

1. Концепции стейкхолдеров.
2. Концепция корпоративного гражданства.
3. Концепция и корпоративной устойчивости.

Тема 1.2. Основы регулирования корпоративной социальной ответственности.

Устный опрос по вопросам:

1. Стандарты в сфере корпоративной социальной ответственности.

2. Отчетность в сфере корпоративной социальной ответственности.
3. Структура и содержание стандарта социальной ответственности ИСО 26000:2010.

Темы рефератов:

1. Принципы корпоративной социальной ответственности.
2. Проблематика корпоративной социальной ответственности.
3. Приоритеты корпоративной социальной ответственности.
4. Международные стандарты социальной ответственности.
5. Добросовестные деловые практики.

Раздел 2. Ответственность и развитие организации.

Тема 2.1. Внутренняя корпоративная социальная ответственность.

Устный опрос по вопросам:

1. Основные черты внутренней корпоративной социальной ответственности.
2. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
3. Результаты и критерии эффективности реализации внутренней корпоративной социальной ответственности.

Темы рефератов:

1. Подходы и принципы составления социального пакета.
2. Тенденции развития внутренней социальной ответственности в России.
3. Тенденции развития внутренней социальной ответственности за рубежом.

Тема 2.2. Внешняя корпоративная социальная ответственность.

Устный опрос по вопросам:

1. Внешняя корпоративная социальная ответственность.
2. Принципы реализации внешних социальных программ.
3. Образование и корпоративная социальная ответственность.
4. Здравоохранение и корпоративная социальная ответственность.

Темы рефератов:

докладов:

1. Экология и корпоративная социальная ответственность.
2. Культура и корпоративная социальная ответственность.
3. Главная социальная проблема в регионе
4. Корпоративное волонтерство.

Тема 2.3. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации.

Устный опрос по вопросам:

1. Факторы устойчивого развития организации.
2. Принципы устойчивого развития для организации.
3. Оценка корпоративной социальной ответственности стейкхолдерами.

Темы рефератов:

1. Повышение деловой репутации.
- Принципы корпоративной социальной ответственности.
2. Процесс формирования корпоративного имиджа.
3. Этика и корпоративная социальная ответственность.

Тема 2.4. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации.

Устный опрос по вопросам:

1. Источники конкурентных преимуществ организации.
2. Корпоративная социальная ответственность как фактор проявления конкурентных преимуществ организации.

3. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ организации.

Темы рефератов:

1. Взаимосвязь внешней среды прямого воздействия и конкурентных преимуществ организации.
2. Взаимосвязь внешней среды косвенного воздействия и конкурентных преимуществ организации.

Тема 2.5. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности.

Сущность и содержание эффективности корпоративной социальной ответственности. Социальный отчет организации. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности: результативность, экономичность, целесообразность. Оценка корпоративной социальной активности.

Устный опрос по вопросам:

1. Сущность эффективности корпоративной социальной ответственности.
2. Содержание эффективности корпоративной социальной ответственности.
3. Структура и содержание социального отчета организации.

Темы рефератов:

1. Оценка результативности корпоративной социальной ответственности.
2. Оценка экономичности корпоративной социальной ответственности.
3. Оценка рациональности и оптимальности корпоративной социальной ответственности.
4. Оценка корпоративной социальной активности.

2 ЭТАП – УМЕТЬ

Раздел 1. Теория и методология корпоративной социальной ответственности.

Тема 1.1. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности.

Задание 1. Покажите сущность и выделите этапы развития корпоративной социальной ответственности

Проанализируйте три довода в пользу принятия международных трудовых норм, выдвинутые Оуэном в обращении к правительствам европейских стран с предложениями принять международные законы об условиях труда на заводах и фабриках, рудниках и шахтах.

Задание 2. Ниже приведены политические заявления по проблемам социальной ответственности корпораций и бизнеса в глобальном мире.

Как вы понимаете каждое из данных высказываний, есть ли среди них такой тезис, с которым бы Вы согласились, а с которым категорически нет, обоснуйте Ваш ответ.

«Корпоративная социальная ответственность - это жесткое бизнес-решение. Не потому что это приятная тема, и не потому, что люди заставляют нас это делать, а потому, что это хорошо для нашего бизнеса»

(Н. Фицджеральд, Президент, Unilever);

«С моей точки зрения, успешными компаниями будущего будут те, которые интегрируют ценности бизнеса и личные ценности работников. Лучшие люди хотят делать такую работу, которая приносит пользу обществу и с такой компанией, чьи ценности они разделяют, где их деятельность учитывается, и их взгляды значимы»

(Джерун ван дер Веер, Комитет Управляющих Директоров Royal Dutch Shell);

«Недостаточно делать только то, что предписывает закон. Мы должны быть на переднем крае тем корпоративной социальной ответственности»

(Андерс Далвиг, Президент IKEA).

Тема 1.2. Основы регулирования корпоративной социальной ответственности.

Задание 3. На практике покажите ключевые аспекты корпоративного управления.

Проанализируйте, что гласят принципы структуры управления исходя из того, что интересам корпорации отвечает признание интересов заинтересованных лиц и их вклада в долгосрочный успех корпорации.

Задание 4. Рассмотрите основные методики определения уровня корпоративной социальной ответственности

Три группы критериев качественной оценки социальных инвестиций.

Структура отчета GRI на примере корпоративной структуры организации

Основные показатели практики в области использования рабочей силы и обеспечения достойных условий труда на примере корпоративной структуры организации

Дискуссия в группе

– «За и против корпоративной социальной ответственности».

– Различия между благотворительностью и социальными инвестициями.

Раздел 2. Ответственность и развитие организации.

Тема 2.1. Внутренняя корпоративная социальная ответственность.

Задание 5. Механизм повышения корпоративной социальной ответственности как фактор эффективности корпоративного управления

Проанализировать возможности проявления социальной ответственности и последствия, к которым она ведет.

Проанализировать развитие социальной ответственности бизнеса в России

Выделить влияние на деятельности компаний социально ответственного бизнеса.

Тема 2.2. Внешняя корпоративная социальная ответственность.

Задание 6. Программа корпорации Avon «Вместе против рака груди» реализуется на территории нескольких стран мира. Часть средств от продажи косметики и парфюмерии марки Avon перечисляется в фонд, который финансирует медицинские исследования рака груди, а также диагностику и лечение женщин, страдающих этим заболеванием. Какой из принципов внедрения корпоративной социальной ответственности в маркетинговые стратегии прослеживается в вышеописанном примере:

- 1) реклама должна быть честной и не преувеличивать свойства товаров или услуг;
- 2) маркетинговые материалы должны быть прозрачны и правдивы;
- 3) предлагайте специальные этические продукты или услуги;
- 4) осваивайте производство «зеленых» продуктов.

Тема 2.3. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации.

Задание 7. Прокомментируйте письменно подход к созданию положительного имиджа, использованный организацией (для одного из нижеследующих примеров). Какого рода преимущества получила компания (например, в продвижении товара на рынок, в увеличении продаж товаров и т.д.)?

1. Nike

Американские подростки стали совершать преступления, чтобы достать денег на кроссовки Nike. Хотя сама компания не была в этом виновата, Nike приняла эту беду близко к сердцу и инициировала партнерство с Boys Clubs of America (BCA). В ходе их совместной кампании Nike жертвовала BCA по 1 тыс. долл. за каждое очко, добытое Майклом Джорданом в игре всех звезд NBA. Деньги пошли на финансирование антикриминальных молодежных программ в городах Америки.

2. Gillette

В поисках новых путей продвижения линии дезодорантов Natural Plus компания Gillette вступила в партнерство с Международным фондом дикой природы (WWF). Компания

выделила WWF 100 тыс. фунтов. Gillette предложила своим покупателям помочь делу защиты животных. К каждой упаковке Natural Plus предлагалась майка WWF, приобретая которую, покупатель добавлял WWF 1 фунт. Gillette укрепила свою репутацию заботящейся об экологии компании, к тому же добилась невиданного роста продаж нового продукта.

Тема 2.4. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации.

Задание 8. Сеть ресторанов быстрого питания McDonalds перешла на упаковочные материалы из небеленой бумаги вторичного производства и тем самым на 30% снизила объем своих твердых отходов.

Какая из составляющих концепции корпоративной социальной ответственности бизнеса реализуется в вышеописанном примере наиболее ярко?

- 1) милосердие;
- 2) экология;
- 3) экономика;
- 4) социальная сфера;
- 5) благотворительность.

Тема 2.5. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности.

Задание 9. Рассмотрите пример проекта социально значимого маркетинга, реализованного дочерней компанией ОАО «Интерсвязь» - ЗАО «Челябинская сотовая связь» в Челябинской области весной 2016 г.

Проект «Областной дом ребенка - «Поможем вместе» по сбору средств для областного Дома ребенка.

Проект реализовывался в течение двух месяцев, при этом любой абонент мог использовать альтернативное подключение по тарифу «Джинс» на 0,5 долларов. К этому вкладу МТС добавляла такую же сумму. В результате Дом ребенка получал с каждого альтернативного подключения 1 доллар.

Другой вариант участия в проекте заключался в том, что участник мог отправить SMS-сообщение на выделенный короткий номер, при этом с его лицевого счета списывалась сумма 0,5 доллара. Такой вариант позволил подключить к проекту уже имеющихся у компании клиентов. Этот вариант оказался более продуктивным, и по этой схеме было собрано больше денег, чем по первой.

По оценкам компании, в проекте приняли участие около 5 тыс. абонентов и было собрано почти 100 тыс. руб. С учетом взноса МТС областной Дом ребенка получил более 120 тыс.руб.

Какие факторы обеспечили успех данного проекта? Выделите минимум три цели, которых добилась компания при реализации данного проекта.

3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

Вопросы к зачету

1. Корпоративная социальная ответственность как наука.
2. Уровни социальной ответственности и корпоративной социальной ответственности.
3. Этапы развития концепции корпоративной социальной ответственности.
4. Комплексная модель КСО.
5. Концепции стейкхолдеров.
6. Концепция корпоративного гражданства.
7. Концепция и корпоративной устойчивости.
8. Виды деловой коммуникации.
9. Стандарты и отчетность в сфере корпоративной социальной ответственности.
10. Современные международные стандарты социальной ответственности.

11. Структура и содержание стандарта социальной ответственности ИСО 26000:2010.
12. Принципы, проблемы и современные приоритеты социальной ответственности.
13. Особенности внутренней корпоративной социальной ответственности.
14. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
15. Результаты реализации внутренней корпоративной социальной ответственности.
16. Социальный пакет: подходы и принципы составления.
17. Современные тенденции развития внутренней социальной ответственности.
18. Принципы реализации внешних социальных программ.
19. Бизнес и главная социальная проблема современной России.
20. Поддержка образования и науки.
21. Поддержка здравоохранения.
22. Поддержка культуры.
23. Корпоративное волонтерство.
24. Принципы устойчивого развития при реализации корпоративной социальной ответственности для организации.
25. Управление временем.
26. Поглотители времени.
27. Планирование работ с учетом приоритетов.
28. Процесс формирования корпоративного имиджа.
29. Оценка деловой репутации компании со стороны контактных групп.
30. Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность.
31. Этика и корпоративная социальная ответственность.
32. Социальный отчет организации.
33. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности.
34. Оценка корпоративной социальной активности.
35. Критерии оценки эффективности корпоративной социальной ответственности.

Тест для самоконтроля (примерные вопросы итогового тестирования)

Тест (итоговый)

1. Социальные инвестиции способствуют:

- а) консолидации общества, гармонизации интересов участников социально-экономического, политического и культурного развития;
- б) реализации интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива;
- в) улучшению ситуации в социальной сфере и одновременно – росту капитализации бизнеса;

2. Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это:

- а) обеспечение социального развития общества;
- б) реализация интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива и участия в развитии общества;
- в) реализация интересов общества посредством обеспечения социального развития коллектива;
- г) развитие потенциала компании (корпорации) посредством участия в развитии общества.

3. Стейкхолдеры – это:

- а) юридические лица, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения или также оказывающиеся под воздействием этих решений;
- б) физические лица, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения;
- в) группы влияния, оказывающие существенное влияние на принимаемые решения или оказывающиеся под воздействием этих решений;

4. Механизм реализации ответственности – это:

а) совокупность средств обеспечения ответственности в деятельности человека и коллектива;

б) методы обеспечения ответственности в деятельности человека;

в) совокупность форм развития корпорации.

5. Социальная отчетность – это:

а) предоставление информации социуму о деятельности компании и верификацию показателей;

б) предоставление информации о социальной деятельности компании, предполагающая верификацию показателей внешним социальным аудитом;

в) формализованная процедура предоставления информации о производственной и социальной деятельности компании.

6. Социальный аудит – это:

а) оценка группами влияния результатов социальной политики, социальных программ и проектов корпорации, в соответствии с международными стандартами КСО;

б) оценка группами влияния результатов корпоративной политики компании, выраженная в результатах обсуждения финансовых отчетов;

в) оценка группами влияния результатов деятельности корпорации.

7. Социальное партнерство способствует:

а) предоставлению информации социуму о деятельности компании и верификацию показателей;

б) реализации интересов компании (корпорации) посредством обеспечения социального развития ее коллектива и участия в развитии общества;

в) консолидации общества, гармонизации интересов участников социально-экономического, политического и культурного развития.

8. Корпоративное гражданство – это:

а) социальное развитие коллектива организации;

б) форма социально ответственного поведения бизнеса;

в) формирование и развитие гражданского общества.

9. К социальным индикаторам КСО относятся:

а) медицинское страхование и уровень травматизма на производстве;

б) взаимодействие с органами власти в области общественно значимых задач;

в) все перечисленное.

10. К видам социального маркетинга относятся:

а) стимулирование продаж;

б) распродажи;

в) рекламные акции.

11. Этический кодекс – это:

а) совокупность моральных принципов;

б) правила поведения, соответствующие корпоративной культуре;

г) свод нравственных норм, предписываемых к исполнению работниками.

12. Эффективность социальных инвестиций – это:

а) степень реализации бизнеса;

б) степень реализации финансовых программ;

в) степень решения реальных социальных проблем, в максимально реализующая ожидания персонала, общества и бизнеса.

13. Отличительные черты корпоративной формы управления:

а) ограниченная ответственность акционеров за результаты деятельности и обособленное управление корпорацией от ее владельцев;

б) зависимое управление корпорацией от ее владельцев;

в) полная ответственность акционеров за результаты деятельности.

14. В типологию ответственности (типы ответственности) входят:

- а) этическая; философская;
- б) экономическая; социально-психологическая; организационная;
- в) моральная, иерархическая;

15. К принципам реализации системы КСО относятся:

- а) дифференциация, закрытость, статика;
- б) скрытость, одноуровневость;
- в) системность, интегрированность, подотчетность, открытость, многоуровневость.

16. Субъект КСО – это:

- а) организация, выполняющая различные корпоративные обязательства;
- б) социально ориентированная организация;
- в) организация, выполняющая различные социальные роли.

17. Корпоративный имидж – это:

а) устойчивые символически выраженные представления о компании у различных групп общественности;

б) устойчивые символически выраженные представления о компании, и ее деятельности у руководства;

в) устойчивые символически выраженные представления о компании, и ее деятельности у членов организации.

18. Социальная ответственность в системе управления корпорацией возрастает по мере:

- а) роста авторитета и уровня квалификации;
- б) уровня развития моральных представлений менеджмента;
- в) административного роста и уровня компетенции персонала.

19. Группы компаний, реализующих свою социальную ответственность:

а) в рамках своей основной деятельности, в ближайшем окружении (со стейкхолдерами), в рамках всего общества;

б) в рамках своей основной деятельности и в ближайшем окружении (со стейкхолдерами);

в) в рамках благотворительной деятельности и социального партнерства.

20. Взаимовыгодное сотрудничество, построенное на реализации совместных проектов, поддержка на возмездной основе — это:

- а) корпоративный имидж;
- б) спонсорство;
- в) социальное партнерство.

21. Нулевая деловая репутация (гудвилл) свойственна:

- а) стоимость компании выше стоимости активов;
- б) компании, только вышедшей на рынок;
- в) стоимость компании ниже стоимости активов.

22. Обязательным условием формирования социальной ответственности в системе управления корпорацией является:

- а) самоокупаемость всех социальных мероприятий организацией внутри ее;
- б) самоокупаемость всех социальных мероприятий организацией вне ее;
- в) самоокупаемость всех социальных мероприятий организацией как внутри, так и вне ее;

23. К группам стимулирования добровольчества относятся:

- а) информационное, последовательное;
- б) теоретическое;
- в) практическое, информационное, привилегированное.

24. Если добровольцам предоставляется возможность участвовать в образовательных программах организации на бесплатной или льготной основе, то – это:

- а) практическое стимулирование социальной ответственности;
- б) социальное партнерство;

в) корпоративный имидж;

25. В систему показателей оценки КСО входят следующие группы:

а) стратегия организации, особенности деятельности, спонсорский имидж;

б) текущее состояние организации, устойчивое развитие системы, специфика деятельности в социальной сфере;

в) взаимодействие с государством.

26. Набор программных, творческих, юридических и финансовых документов, демонстрирующих эффект спонсируемого мероприятия – это:

а) спонсорский имидж;

б) спонсорский пакет;

в) спонсорская реклама;

27. Физические лица, оказывающие регулярную организационную и материальную поддержку на безвозмездной и долгосрочной основе в общепользовательных целях – это:

а) благотворители;

б) спонсоры;

в) попечители;

28. Стандарт оценки отчетности организации по показателям ее устойчивого развития, оценки лежащих в его основе процессов, систем, и уровня компетентности – это:

а) стандарт верификации AA1000;

б) стандарт MOT (международной организации труда).

в) стандарт ISO 26000.

29. Набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующий этический кодекс для каждого сотрудника – это:

а) карта этики;

б) этическая экспертиза;

в) правила делового общения.

30. Организация, которая не рассматривает получение прибыли как первостепенную цель своей деятельности – это:

а) некоммерческая организация;

б) благотворители;

в) спонсоры;

31. Источники конкурентных преимуществ организации включают:

а) явления и процессы внешнего окружения организации, которые вызывают изменение уровня конкурентоспособности организации;

б) явления и процессы внутренней среды организации и ее внешнего окружения, которые вызывают изменение уровня конкурентоспособности организации;

в) явления и процессы внутренней среды организации, которые вызывают изменение уровня конкурентоспособности организации.

32. Долгосрочная антикризисная стратегия, позволяющая сформировать конкурентное преимущество на основе социально ответственного поведения – это:

а) полноценная стратегия устойчивого роста;

б) полноценная стратегия интеграции;

в) полноценная стратегия устойчивого развития.

33. К типам взаимодействий в системе КСО относятся:

а) иерархическое сотрудничество, корпоративное, конкурентное;

б) функциональное иерархическое, конкурентное, избирательное, рациональное;

в) равноправное сотрудничество, корпоративное, функциональное иерархическое и конкурентное.

34. Стандарт по составлению корпоративных отчетов для стейкхолдеров – это:

а) саншайн;

б) GRI (глобальная инициатива по отчетности);

в) AA 1000 (отчетность для прозрачности – стандарт верификации);

35. Физические и юридические лица, оказывающие добровольную бескорыстную поддержку организации – это:

- а) волонтеры;
- б) спонсоры;
- в) благотворители;

36. Фандрайзинг – это:

- а) направление менеджмента, нацеленное на привлечение внутренних источников финансирования для развития преимущественно коммерческой деятельности;
- б) направление менеджмента, нацеленное на привлечение внешних источников финансирования для развития преимущественно некоммерческой деятельности;
- в) направление менеджмента, нацеленное на привлечение внешних источников финансирования для развития преимущественно коммерческой деятельности.

37. Социально ответственная деятельность, направленная одновременно на получение положительных эффектов во внешней среде и в самой организации – это:

- а) третий уровень социальной ответственности;
- б) второй уровень социальной ответственности благотворители;
- в) первый уровень социальной ответственности попечители.

38. Если в каждой области корпоративной социальной ответственности менеджеры, обязаны использовать имеющуюся у них свободу выбора для достижения социально-ответственных результатов, то это:

- а) институциональный принцип легитимности КСО;
- б) организационный принцип публично-правовой ответственности КСО;
- в) индивидуальный принцип свободы управленческого выбора КСО.

39. Направления внутренней социальной ответственности:

- а) меры социальной защиты сотрудников; развитие человеческого капитала; выявление и учет интересов работников; проведение социально ответственной реструктуризации;
- б) привлечение внешних источников финансирования для развития преимущественно коммерческой деятельности;
- в) оценка группами влияния результатов деятельности корпорации.

40. Граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного труда – это:

- а) спонсоры;
- б) благотворители;
- в) волонтеры.

41. Социальный пакет – это:

- а) вознаграждение за труд, которое получает работник компании;
- б) вознаграждение за труд, которое получает работник компании помимо зарплаты;
- в) вознаграждение за труд, которое получает работник компании вместо зарплаты.

42. Денежные выплаты, выделяемые на реализацию конкретных проектов с обязательной последующей отчетностью в установленные сроки – это:

- а) премия;
- б) зарплата;
- в) грант;

43. Корпоративный кодекс – это:

- а) формальное изложение ценностей и принципов деловых отношений компаний, поставщиков и бизнес-партнеров;
- б) устойчивые символически выраженные представления о компании, и ее деятельности у различных групп общественности;
- в) правила поведения, соответствующие общей культуре.

44. Символически выраженный комплекс информации о товаре, компании. Нематериальный актив, рыночная стоимость которого обусловлена соответствующими имиджем и репутацией – это:

- а) имидж;
- б) презентация;
- в) бренд.

45. Добровольно осуществляемая компанией деятельность по охране природы, развитию персонала, созданию благоприятных условий труда, поддержке местного сообщества, благотворительная, спонсорская деятельность и добросовестная деловая практика – это:

- а) социальный пакет;
- б) социальная программа;
- в) социальный аудит;

46. Частный фонд – это:

- а) это благотворительный фонд, основанный по желанию и на средства частного лица, выделившего свое состояние (часть) на благотворительные цели;
- б) направление менеджмента, нацеленное на привлечение внешних источников финансирования для развития преимущественно некоммерческой деятельности;
- в) денежные выплаты, выделяемые на реализацию конкретных проектов с обязательной последующей отчетностью в установленные сроки.

47. Стандарт ISO 26000:2010 определяют основные направления деятельности для социальной ответственности:

- а) нематериальный актив, рыночная стоимость которого обусловлена соответствующими имиджем и репутацией;
- б) ценности и принципы деловых отношений компаний, поставщиков и бизнес-партнеров;
- в) социальный пакет; организационное управление; права человека; трудовые практики; окружающая среда; добросовестные деловые практики; проблемы, связанные с потребителями; участие в жизни сообществ и их развитие.

48. Устойчивое развитие – это:

- а) такие преобразования, которые удовлетворяют потребности настоящего времени;
- б) преобразования, удовлетворяющие потребности настоящего времени и не ставящие под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности;
- в) такие преобразования, которые не ставят под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности.

49. Укажите правильную последовательность процесса формирования корпоративного имиджа:

- а) корпоративная миссия, корпоративная индивидуальность, корпоративная идентичность, корпоративный имидж;
- б) корпоративная индивидуальность, корпоративная миссия, корпоративная идентичность, корпоративный имидж;
- в) корпоративная идентичность, корпоративная миссия, корпоративная индивидуальность, корпоративный имидж;

50. Количественная мера стоимости компании – стоимостная оценка набора активов, которая может быть определена только в результате продажи всей совокупности активов в виде разницы между рыночной ценой компании и балансовой стоимостью ее активов – это:

- а) балансовая стоимость;
- б) оценочная стоимость;
- в) гудвилл.

51. Управление временем (тайм-менеджмент) – это:

- а) определение приоритетов;
- б) целенаправленное воздействие на использование временного ресурса;
- в) организация учета временных затрат.

52. Планирование – это:

- а) распределение ресурсов по задачам для достижения целей организации;
- б) прогноз результатов работы;
- в) целенаправленное воздействие на использование ресурсов.

53. Приоритет – это:

- а) определение и ранжирование событий по важности;
- б) последовательность событий;
- в) организация учета временных затрат.

54. Преобразования, удовлетворяющие потребности настоящего времени и способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности – это:

- а) устойчивое развитие;
- б) функционирование;
- в) кризис производства.

55. Социально ответственная деятельность, направленная одновременно на получение положительных эффектов во внешней среде и в самой организации – это:

- а) первый уровень социальной ответственности;
- б) второй уровень социальной ответственности;
- в) третий уровень социальной ответственности.

56. КСО, реализуемая с помощью инвестиций, которые направлены внутрь организации — это:

- а) внешняя корпоративная социальная ответственность;
- б) внутренняя корпоративная социальная ответственность;
- в) комбинированная корпоративная социальная ответственность.

57. Концепция устойчивого — это взаимосвязанные, взаимозависимые и взаимоподчиненные области единого целого:

- а) этическая, производственная, управленческая;
- б) экономическая, социальная и экологическая;
- в) организационная, маркетинговая, транспортная.

58. Если ответственность базируется на социально-психологических нормах деятельности человека и коллектива: этике взаимоотношений, чувстве долга, патриотизме, взаимоуважении, дисциплине, то — это:

- а) социально-психологическая ответственность;
- б) экономическая ответственность;
- в) организационная ответственность.

59. Функция, заключающаяся в правильном распределении задач, полномочий, ответственности и ресурсов между исполнителями и обеспечение их совместной работы — это:

- а) планирование;
- б) целеполагание;
- в) организация.

60. Устойчивость развития организации — это:

- а) способность сохранить позитивные тенденции изменений в условиях неустойчивости внешней среды, обостряющейся конкуренции и неопределенности ситуаций;
- б) способность сохранить позитивные тенденции изменений в условиях устойчивости внешней среды;
- в) способность сохранить позитивные тенденции изменений в условиях отсутствия конкуренции.

61. Время от момента зарождения организации до ее ликвидации — это:

- а) создание организации;
- б) кризис организации;
- в) жизненный цикл организации.

62. Если ответственность выражается в определенной организационной форме: выговор, отстранение от должности, изменение организационного статуса, увольнение, то — это:

- а) социально-психологическая ответственность;
- б) организационная ответственность;
- в) экономическая ответственность.

63. Обеспечение согласованности действий всех звеньев управления и поддержание устойчивого режима работы организации — это:

- а) координация;
- б) целеполагание;
- в) планирование.

64. Тип управленческого взаимодействия, основанный на наиболее эффективном сочетании различных источников власти и направленный на побуждение людей к достижению целей — это:

- а) власть;
- б) лидерство;
- в) управление.

65. Факторы устойчивого развития — это:

а) управляемые силы, которые оказывают воздействие на устойчивость организации во внешней и внутренней среде;

б) управляемые силы, которые оказывают воздействие на устойчивость организации во внутренней среде;

в) управляемые силы, которые оказывают воздействие на устойчивость организации во внешней среде.

66. Активизация деятельности персонала и побуждение его к эффективному труду для достижения целей организации — это:

- а) мотивация;
- б) целеполагание;
- в) организация.

67. Способность, право и возможность распоряжаться кем-либо, оказывать влияние на поведение других людей для достижения целей организации — это:

- а) власть;
- б) организация;
- в) лидерство.

68. Совокупность людей, которые воспринимают себя членов с некоторой общей целью, организационно оформлены в ней — это:

- а) система;
- б) организация;
- в) рабочая группа.

69. Если ответственность выражается в убытках, упущенной выгоде, нецелевом использовании экономических средств, низкой экономической эффективности, высоких издержках, то — это:

- а) социально-психологическая ответственность;
- б) экономическая ответственность;
- в) организационная ответственность.

70. Принцип системности мышления в концепции устойчивого развития означает:

- а) раздельное решение социальной, экономической и экологической проблем;
- б) решение социальной, экономической и экологической проблем в комплексе с учетом их взаимодействия;
- в) решение социальной, экономической и экологической проблем последовательно.

71. Оценивание результатов труда в организации и формирование на их основе соответствующих выводов и решений — это:

- а) мотивация;
- б) целеполагание;
- в) контроль.

72. В концепции устойчивого развития организация рассматривается как:

- а) морально-производственно-управленческая система;
- б) организационно-транспортно-маркетинговая система;
- в) социо-эколого-экономическая система.

73. Главная социальная проблема России по мнению бизнеса:

- а) высокий уровень бедности населения;
- б) экология;
- в) проблемы молодежи.

74. Волонтеры — это:

а) граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме возмездного труда;

б) граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного труда;

в) граждане, осуществляющие трудовую деятельность.

75. КСО, реализуемая с помощью инвестиций, которые направлены во внешнюю среду организации — это:

- а) внешняя корпоративная социальная ответственность;
- б) внутренняя корпоративная социальная ответственность;
- в) комплексная корпоративная социальная ответственность.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1 ЭТАП – ЗНАТЬ

Задание на реферативное изложение материала по теме

Подготовка рефератов:

Написание реферата является обязательным элементом самостоятельной работы студентов в рамках освоения дисциплины «Корпоративной социальной ответственности».

Реферат – это письменный текст, значительный по объёму, представляющий собой публичное развёрнутое, глубокое изложение определённой темы. Это самостоятельная исследовательская работа, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание доклада должно быть логичным; изложение материала носит проблемно-тематический характер.

Цель написания реферата:

- продемонстрировать необходимые компетенции по дисциплине «Корпоративной социальной ответственности».
- продемонстрировать общий уровень владения основами исследовательской деятельности, устного и письменного общения;
- продемонстрировать сформированность операций мышления.

Этапы подготовки реферата:

1. Определение цели и составление плана реферата.
2. Подбор необходимого материала содержания реферата.

4. Композиционное оформление реферата.

5. Подготовка тезисов выступления.

6. «Розыгрыш доклада», т.е. произнесение доклада с соответствующей интонацией, мимикой, жестами.

Структура реферата:

1. Ключевые слова.

1. Аннотация содержания (2-3 предложения).

2. Введение (не более 2 страниц). Во введении необходимо обосновать актуальность темы, очертить область исследования (объект и предмет), основные цели и задачи исследования, сформулировать гипотезу, методологическую и методическую основу.

3. Основная часть состоит из 2-3 разделов. В них раскрывается суть исследуемой проблемы, проводится обзор литературы, дается характеристика степени разработанности проблемы и авторская аналитическая оценка основных теоретических подходов и авторская идея к ее решению.

4. Заключение (1-2 страницы). В заключении кратко излагаются выводы, а также предполагаемые научные результаты и прогнозы.

5. Библиографический список (от 5 до 10 источников) в алфавитном порядке. В данный список рекомендуется включать работы отечественных и зарубежных авторов, в том числе статьи, опубликованные в научных журналах в течение последних 3-х лет.

6. Приложение (при необходимости).

Реферат должен сопровождаться мультимедийной презентацией наглядно демонстрирующей визуальные (аудио, видео, графические) материалы, освоенные в ходе самостоятельной работы.

Требования к оформлению реферата:

- текст на формате А4, с одной стороны листа;
- шрифт Times New Roman;
- кегль шрифта 14;
- межстрочное расстояние 1,5;
- поля: сверху 2 см, снизу - 2 см, слева - 3 см, справа 1,5 см;
- реферат должен быть представлен в сброшюрованном виде;
- формат абзаца текста должен быть выровнен «по ширине» положения на странице.

Абзацный отступ первой строки каждого абзаца должен быть равен 1,25 см;

• номер страницы проставляется арабскими цифрами в центре верхней части листа без точки, начиная с введения (3 страница). На титульном листе и на Содержании страница не ставится;

• титульный лист оформляется в соответствии с образцом оформления реферата, курсовой работы, выпускной квалификационной работы, принятым в ЧОУВО МИДиС (<http://portal.rbiu.ru/company/personal/user/7795/files/lib/>).

Критерии оценивания работы реферата

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«зачтено»	Содержание реферата соответствует теме; Правильное использования источников литературы; Соответствие оформления реферата стандартом; Знание учащимся изложенного в реферате материала (для ответа на устные вопросы); Умение грамотно и аргументировано изложить суть проблемы в тексте и устно; Тезисы и предположения аргументированы, сделаны выводы и умозаключения; В тексте отражено умение анализировать фактический материал и исторические и культурные факты.

«не зачтено»	Тема реферата раскрыта недостаточно полно; Отсутствует библиографический список; Тезисы и предположения не аргументированы, не сделаны выводы и умозаключения; В тексте отсутствует фактологический анализ; Ответы на устные вопросы не отражают умение грамотно и аргументировано изложить суть реферата.
--------------	--

Создание презентаций на заданную тему

Общие требования к презентации:

Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

Первый слайд – титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, автора, номер учебной группы;

Второй слайд – содержание, где представлены основные вопросы, разобранные в ходе изучения темы. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

В структуре презентации необходимо использовать: графическую и анимационную информацию: видео и аудио фрагменты, таблицы, диаграммы и т.д.

Последний слайд демонстрирует список ссылок на используемые информационные ресурсы.

Критерии оценивания презентаций

Параметры оценивания презентации	Выставляемая оценка (балл) от 1 до 3
Связь презентации с темой реферата.	
Содержание презентации выбранной теме	
Заключение презентации (выводы)	
Графическая информация (иллюстрации, графики, таблицы, диаграммы и т.д)	
Анимационные эффекты (видео и аудио фрагменты, динамичная инфографика и	
Итого баллов:	

На каждый представленный параметр заполняется таблица оценивания, где по каждому из критериев присваиваются баллы от 1 до 3, что соответствует определённым уровням развития компетентности: 1 балл – это низкий уровень; 2 балла – это средний уровень; 3 балла – высокий уровень. Определение уровня компетентности:

Количество набранных баллов за представленную презентацию	Уровни	Оценка
от 12 до 15	Высокий уровень	отлично
от 8 до 11	Средний уровень	хорошо
от 5 до 8	Низкий уровень	удовлетворительно
до 5	-	Неудовлетворительно

Уровень сформированности компетенций на 1 этапе – Знать

Неудовлетворительный (Предпороговый)

полнота и глубина знаний 00-29%;

Удовлетворительный (Пороговый, минимальный)

полнота и глубина знаний 30-59%;

Хороший (Средний)

полнота и глубина знаний 60-79%;

Отличный (Высокий)

полнота и глубина знаний более 80%;

2 ЭТАП – УМЕТЬ

При выполнении заданий (решение практических ситуаций) и их оценке следует учитывать три основных позиции:

1. Полнота формирования умения в соответствии с компетенцией.
2. Глубина формирования умения в соответствии с компетенцией.
3. Форма представления и обоснованность решения задания (решения практической ситуации).

Критерии оценивания решения заданий (решение практических ситуаций)

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«Отлично»	Идентификация, анализ и ранжирование ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции корпоративной социальной ответственности выполнено с показателями: полнота и глубина умений более 80%. Найденное организационно- управленческое решение и оценка его влияния на организацию и корпоративную социальную ответственность обосновано и выполнено с показателями: полнота и глубина умений более 80%.
«Хорошо»	Идентификация, анализ и ранжирование ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции корпоративной социальной ответственности выполнено с показателями: полнота и глубина умений 60-79%. Найденное организационно- управленческое решение и оценка его влияния на организацию и корпоративную социальную ответственность обосновано и выполнено с показателями: полнота и глубина умений 60-79%. Допущены незначительные ошибки, не приводящие к невыполнению задания.
«Удовлетворительно»	Идентификация, анализ и ранжирование ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции корпоративной социальной ответственности выполнено с показателями: полнота и глубина умений менее 29%. Найденное организационно-управленческое решение и оценка его влияния на организацию и корпоративную социальную ответственность обосновано и выполнено с показателями: полнота и глубина умений 29%. Допущены ошибки, позволяющие выполнить задание.
«Неудовлетворительно»	Идентификация, анализ и ранжирование ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции корпоративной социальной ответственности выполнено с показателями: полнота и глубина умений 30-59%. Найденное организационно-управленческое решение и оценка его влияния на организацию и корпоративную социальную ответственность обосновано и выполнено с показателями: полнота и глубина умений 30-59%. Допущены существенные ошибки, не позволяющие выполнить задание.

Уровень сформированности компетенций на 2 этапе – Уметь

Неудовлетворительный (Предпороговый)
полнота и глубина умений 00-29%;

Удовлетворительный (Пороговый)
полнота и глубина умений 30-59%;
Хороший (Средний)
полнота и глубина умений 60-79%;
Отличный (Высокий)
полнота и глубина умений более 80%;

3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

Зачет по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»

Критерии оценивания знаний на зачете

Оценка выставляется методом рейтинга на трех этапах

Параметры оценки	Этап обучения		
	1 этап – Знать	2 этап – Уметь	3 этап – Владеть
Коэффициент	1,0	1,5	2,0
Формула оценивания этапа	Оц *1,0	Оц *1,5	Оц *2,0
Формула оценивания по дисциплине	Оц (дисц) = $\frac{\text{Оц} * 1,0 + \text{Оц} * 1,5 + \text{Оц} * 2,0}{3,5}$		

Уровень сформированности компетенций на 3 этапе – Владеть

Неудовлетворительный (Предпороговый)

уровень выполнения алгоритма и самоконтроля не позволяет репродуктивно самостоятельно, удовлетворительно выполнять деятельность по решению задач на 00-29%.

Удовлетворительный (Пороговый, минимальный)

уровень выполнения алгоритма и самоконтроля позволяет репродуктивно самостоятельно, удовлетворительно выполнять деятельность по решению задач 30-59%.

Хороший (Средний)

уровень выполнения алгоритма и самоконтроля позволяет репродуктивно самостоятельно, хорошо выполнять деятельность по решению задач 60-79%.

уровень самоконтроля позволяет самостоятельно, продуктивно выполнять деятельность.

Отличный (Высокий)

уровень выполнения алгоритма и самоконтроля позволяет репродуктивно самостоятельно, отлично выполнять деятельность по решению задач более 80%.

Тест для самоконтроля (примерные вопросы итогового тестирования)

Критерии оценивания теста

Полная вервия тестовых вопросов содержится в электронно-информационной системе вуза. Студенты проходят тестирование компьютерном классе. Оценка успешности прохождения теста определяется следующей сеткой: от 0% до 29% – «неудовлетворительно», от 30% до 59% – «удовлетворительно»; 60% – 79 % – «хорошо»; 80% -100% – «отлично».