

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Геолого-географический факультет

УТВЕРЖДАЮ

Декан ГГФ

П.А. Тишин

" 07 " 10 2021 г.



**Фонд оценочных средств
по дисциплине**

ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки (специальность)

05.03.02 География

Направленность (профиль) подготовки:

«География, геотехнологии, туризм и экскурсионное дело»

Фонд оценочных средств соответствует ОС НИ ТГУ по направлению подготовки 05.03.02 География, учебному плану направления подготовки 05.03.02 География, направленности (профиля) «География, геотехнологии, туризм и экскурсионное дело» и рабочей программе по данной дисциплине.

Полный фонд оценочных средств по дисциплине хранится на кафедре краеведения и туризма.

Разработчик ФОС:

Льготина Лариса Петровна – старший преподаватель кафедры краеведения и туризма геолого-географического факультета НИ ТГУ.

Экспертиза фонда оценочных средств проведена учебно-методической комиссией факультета, протокол № 5 от 21.05.2021 г.

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры географии, протокол № 10 от 07.10.2021 г.

Руководитель ОПОП

«География, геотехнологии, туризм и экскурсионное дело»,
заведующая кафедрой географии



Н.С. Евсева

Формируемые компетенции

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-6 – способен осуществлять деятельность по оценке, формированию, продвижению и реализации туристского продукта

Таблица 1 – Уровни освоения компетенций и критерии их оценивания

| Компетенция | Результаты освоения дисциплины | Критерии оценивания результатов освоения дисциплины | | | |
|-------------|--|---|--|---|--|
| | | Повышенный (зачтено) | Достаточный (зачтено) | Пороговый (зачтено) | Допороговый (незачтено) |
| | | Шкала оценки тестовых заданий | | | |
| | | 85-100% | 70-84% | 55-69% | менее 55% |
| ПК-6 | ИПК-6.1. Проводит оценку туристско-рекреационного потенциала территории, а также маркетинговые исследования спроса и предложений на туристские услуги и продукт. | Успешное и систематическое умение проводить оценку туристско-рекреационного потенциала, а также маркетинговых исследований | Систематическое умение проводить оценку туристско-рекреационного потенциала, а также маркетинговых исследований, но допущение некоторых ошибок | В целом сформированное умение проводить оценку туристско-рекреационного потенциала, а также маркетинговых исследований, но с допуском грубых ошибок | Не умеет или сформировано лишь фрагментарное умение проводить оценку туристско-рекреационного потенциала, а также маркетинговых исследований |
| | ИПК-6.2. Разрабатывает концепцию и программу индивидуального и группового туристского продукта, предложения по изменению составляющих туристского продукта с учетом индивидуальных и специальных требований туриста. | Успешное и систематическое умение составлять концепции туристского продукта в сфере международного туризма с учетом индивидуальных и специальных требований туриста | Систематическое умение составлять концепции туристского продукта в сфере международного туризма, но допущение некоторых ошибок | В целом сформированное умение составлять концепции туристского продукта в сфере международного туризма, но с допуском грубых ошибок | Не умеет или сформировано лишь фрагментарное умение составлять концепции туристского продукта в сфере международного туризма |

Таблица 2 – Этапы формирования компетенции в курсе

| № | Этапы формирования компетенций (разделы дисциплины/модуля/практики) | Код и наименование результатов обучения | Вид оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.) |
|---|---|---|--|
| | Основные типы предприятий на туристском рынке. | ИПК-6.1. | Контрольные вопросы Тестирование |
| | Планирование и создание туристской фирмы. | ИПК-6.2 | Практическая работа №1 |
| | Бизнес-планирование туристской фирмы. | | Практическая работа №2 |
| | Имидж туристской фирмы. | ИПК-6.1. | Контрольные вопросы Тестирование |
| | Взаимоотношения туристских фирм с поставщиками услуг. | | |
| | Технология обслуживания клиентов в туристской фирме. | | |

| | | |
|--|---------|--|
| Управление продажами туристского продукта. | ИПК-6.2 | Практическая работа №3, 4 Доклад с презентацией |
|--|---------|--|

Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине
ИПК-6.1

Перечень контрольных вопросов по дисциплине

1. Дайте определение понятиям туроператор и турагент
2. По каким критериям различаются туристские предприятия?
3. Какие выделяются туроператоры по виду деятельности?
4. Рецептивные туроператоры – это ...
5. Перечислить основные задачи турагентств.
6. Укажите состав сотрудников турфирмы 3 уровня.
7. Какие службы и отделы, как правило, выделяются в структуре крупной туроператорской фирмы.
8. Как называется 1 этап при образовании туристской фирмы?
9. Какие преследуются цели при составлении протокола намерений участников?
10. Перечислить учредительные документы туристской фирмы.
11. На ваш взгляд, какие пункты являются самыми главными в уставе туристской фирмы?
12. Как вы считаете, какое имущество могут вносить участники при образовании туристской фирмы?
13. С какого момента регистрация считается состоявшейся и когда турфирма может осуществлять свою деятельность?
14. В какие ведомства необходимо поставить турфирму на учет?
15. Что включает в себя этап – Последующие организационные процедуры?
16. Виды ликвидации предприятий.
17. В каких случаях может быть ликвидирована турфирма?
18. Значение бизнес плана.
19. Основные этапы разработки бизнес плана.
20. Перечислить функции бизнес плана.
21. Структура бизнес плана.
22. Какие сопроводительные документы необходимы в бизнес плане?
23. Что такое имидж туристской фирмы?
24. Корпоративная индивидуальность - ...
25. Каким образом создается положительный имидж туристской фирмы?
26. Что включает в себя положительный имидж туристской фирмы?
27. Перечислить основные компоненты имиджа туристской фирмы.

Примерный перечень тестовых заданий

К основным функциям туроператора относятся:

- a. расчет стоимости тура и определение цены;
- b. подготовка, подбор и назначение специалистов на маршруты путешествий (экскурсоводы, инструкторы, гиды-переводчики и т.п.);
- c. контроль за качеством надежностью и безопасностью туристического обслуживания.
- d. обеспечение туристов необходимым инвентарем и специальным снаряжением, сувенирной продукцией;
- e. методическое обеспечение туров;
- f. реализация туров;

- g. рекламно-информационная работа по продвижению туристического продукта к потребителям;
- h. взаимодействие с поставщиками услуг;
- i. изучение потребностей потенциальных туристов на туры и туристические программы;
- j. составление перспективных программ обслуживания туров;

В российской практике туроператоры подразделяются:

- a. по месту деятельности:
 - инициативные туроператоры, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристическими предприятиями;
 - рецептивные туроператоры — это туроператоры на приеме, которые комплектуют туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово-развлекательными учреждениями и т.д.).
- b. по виду деятельности:
 - операторы массового рынка. Они продают турпакеты с использованием чартерных авиарейсов в места массового туризма;
 - специализированные операторы — это туроператоры специализирующиеся на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма и т.д.), которые в свою очередь могут быть:
 - туроператорами специального интереса (например, спортивно-приключенческого. туризма, организации сафари в Африке и т.д.);
 - туроператорами специального места назначения (например, поездки в Англию, Францию и т.д.);
 - туроператорами определенной клиентуры (для молодежи, семейных пар, бизнесменов и т.д.);
 - туроператорами специальных мест размещения (в домах отдыха, на турбазах и т.д.);
 - туроператорами, использующими определенный вид транспорта (теплоходы, поезда и т.д.).
- c. многопрофильные туроператорами, работающими с несколькими направлениями и видами туров. Позитивными чертами многопрофильности являются:
 - большие возможности охвата рынка (нет столь узкой специализации на ограниченном контингенте путешествующего населения)
 - возможность комбинирования туров в две дестинации;
 - гибкость в работе, определяемая возможностью оператора акцентировать максимальные усилия то на одном, то на другом виде туров или направлении в зависимости от изменения рыночной конъюнктуры;
 - меньшая зависимость туроперейтинга от конкретного направления или поставщика туристических услуг (например, при резком снижении спроса на один вид туров оператор может переключиться на другое направление или вид туров).
- d. монопрофильные туроператоры, специализирующиеся на определенном географическом направлении и предлагающие туры одного вида. Неоспоримыми достоинствами монопрофильных туроператоров являются:
 - достижение высокого профессионализма в работе с определенным направлением или видом туров;
 - максимальная информированность работников туроператора и высокое качество их работы;
 - возможность идентификации туроператора на рынке как организатора именно этого вида туров или как работающего именно в этом направлении;

- возможность получения аккредитации в посольствах стран, на работе с которыми специализируется туроператор (что особо актуально при специализации туроператора на работе с визовыми державами);

- возможность получения помощи властей курортов, с которыми сотрудничает оператор, и проявления туроператорского лобби;

- более низкий в сравнении с многопрофильными операторами размер капиталовложений.

Включает ли цикл работ туроператора следующие этапы:

a. реализация тура (организация поездки и предоставление входящих в тур-пакет туристических услуг)?

b. сбыт турпродукта (непосредственно клиентам либо через агентскую сеть);

c. продвижение тура;

d. тур-планирование (основывается на специфике взаимоотношений оператора и поставщиков туристических услуг);

e. тур-проектирование (основывается на результатах маркетингового исследования потребностей туристического рынка и исследования конкурентной среды);

Какие из перечисленных документов могут составлять коммерческую тайну туристского предприятия:

a. сведения, необходимые для проверки правильности исчисления и уплаты налогов и других обязательных платежей в государственную бюджетную систему Российской Федерации.

b. учредительные документы и устав;

ИПК-6.2

Практическая работа №1 «Планирование и создание туристской фирмы»

Сформировать пакет документов, необходимых для организации туристского предприятия в соответствии с требованиями

Практическая работа №2 «Составление бизнес-плана туристской фирмы»

В рабочей группе до 2 человек сформулировать бизнес-план туристского предприятия.

Практическая работа №3 «Составление маршрутов и увязка их с поставщиками туристских услуг»

1. Составить программу пребывания для школьников среднего возраста (7-9 - классов) на 3 дня

2. Расчет стоимости тура ведется с учетом всех затрат. Вы должны подробно представить последовательность расчетов. Указав расходы на проживание, питание, транспорт, экскурсии. Произвести расчет на 1 школьника, на группу, при этом учитывать необходимо учесть, что на 10 школьников приходится 1 учитель-сопровождающий, расходы которого распределяются на школьников. После этого необходимо прибавить процент турагентства (от 10 до 30 процентов) и только после этого получится стоимость тура.

Практическая работа №4 Составление программ обслуживания туристов по видам туризма

1. Составить программу пребывания для туристов по определённому виду туризма

2. Разработать: нитку маршрута, программу по дням, расчет стоимости программы на 1 человека с комиссией предприятия.

3. К защите представить: письменный вариант программы с картой маршрута, общую характеристику выбранного вида туризма: определение, классификацию, признаки, инфраструктуру, основные туристские центры и потоки в мире и России.

4. Работа защищается в форме доклада с презентацией на отчетном занятии.

Оценивание результатов освоения дисциплины в ходе текущего контроля происходит на основании критериев, обозначенных в таблице 1. Сводные данные текущего контроля успеваемости по дисциплине отражаются в электронной информационно-образовательной среде НИ ТГУ Проверка уровня сформированности компетенций осуществляется в процессе промежуточной аттестации.

| Результаты освоения дисциплины | Оценочные средства | Порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости (формы, содержание, сроки и т.п.) |
|--------------------------------|-------------------------------------|--|
| ИПК-6.1 | Контрольные вопросы Тестирование | Результаты оцениваются в соответствии со шкалой: 85-100 % – повышенный уровень; 84,9-70 % – достаточный уровень; 69,9-55 % – пороговый уровень; менее 54,9 % – допороговый уровень. |
| ИПК-6.2. | Практическая работа №1-4 | <p>Повышенный уровень («Отлично»):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнены в соответствии с указанными требованиями 2. Ход решения работы определен правильно 3. Выполнены в срок до зачетного занятия <p>Достаточный уровень («Хорошо»):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнены в соответствии с указанными требованиями 2. Ход решения работы определен в целом верно, но допущены незначительные ошибки, не влияющие на конечный результат 3. Выполнены в срок до зачетного занятия <p>Повышенный уровень («Отлично»):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнены в соответствии с указанными требованиями 2. Ход решения работы определен правильно 3. Выполнены в срок до зачетного занятия <p>Пороговый уровень («Удовлетворительно»):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнены в целом в соответствии с указанными требованиями 2. Алгоритм решения был нарушен, в связи с чем конечный результат работы может оказаться под сомнением 3. Выполнены в срок до зачетного занятия <p>Допороговый уровень («неудовлетворительно»):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнены в целом в соответствии с указанными требованиями 2. Алгоритм решения был грубо нарушен, в связи с чем конечный результат работы неверный 3. Работа не сдана в срок до зачетного занятия |
| | Доклад с презентацией | <p>Оценка «Отлично» (высокий уровень) ставится в случае:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Доклад соответствует теме 2. Письменный вариант работы и презентация соответствуют установленным требованиям 3. Полные и развернутые ответы на дополнительные вопросы по теме практического задания 4. Работа сдана в срок <p>Оценка «Хорошо» (достаточный уровень) ставится в случае:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Доклад соответствует теме 2. Письменный вариант доклада и презентация в целом соответствуют установленным требованиям, имеются небольшие ошибки. |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>3. Полные или требующие небольшого уточнения ответы на дополнительные вопросы по теме</p> <p>4. Работа сдана в срок</p> <p>Оценка «удовлетворительно» (пороговый уровень) ставится в случае, если:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Доклад соответствует теме 2. Письменный вариант доклада и презентация в целом соответствуют установленным требованиям, но имеются грубые нарушения 3. Ответы на дополнительные вопросы требуют комментариев 4. Работа сдана в срок <p>Оценка «Неудовлетворительно» (Допороговый уровень) ставится в случае:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Доклад не соответствует теме 2. Письменный вариант доклада и презентация полностью не соответствуют установленным требованиям 4. Работа не сдана |
|--|--|---|

Методические рекомендации по оформлению письменных работ и презентаций

Требования к оформлению реферата и презентации по теме

Проект должен быть выполнен любым печатным способом на одной стороне листа белой бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, высота букв, цифр и других знаков – не менее 1,8мм (кегель не менее 12, шрифт Times New Roman). Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое – не менее 10мм, левое – не менее 30мм, верхнее – не менее 20мм, нижнее – не менее 20мм. Абзац (абзацный отступ) в тексте работы начинают отступом равным 15–17мм (4–5 букв), допускается абзацный отступ 1,25см.

Устный доклад по теме реферата на семинарском занятии должен сопровождаться компьютерной презентацией, соответствующей следующим требованиям:

Презентация должна содержать информацию для доклада по теме не более 15 минут (20-25 слайдов).

На первом слайде обязательно должна присутствовать информация: название презентации, ФИО автора, факультет, группа, дата разработки.

На последнем слайде: обязательное указание на источники информации, активные и точные ссылки на все графические объекты.

Презентация должна соответствовать заявленной в докладе теме.

Требования к содержанию презентации:

- содержание презентации должно соответствовать поставленным дидактическим целям и задачам;
- лаконичность текста на слайде;
- сжатость и краткость изложения, максимальная информативность текста;
- рисунки, приведенные в презентации, должны быть обязательно подписаны, подпись должна располагаться под картинкой.

Требования к визуальному ряду:

- соответствие изображений содержанию;
- качество изображения (контраст изображения по отношению к фону);
- отсутствие «лишних» деталей на фотографии или картинке,
- яркость и контрастность изображения, одинаковый формат файлов);
- обоснованность и рациональность использования графических объектов.

Требования к тексту:

- читаемость текста на фоне слайда презентации;
- кегль шрифта не менее 24 пунктов, использование не более 3-х вариантов шрифта;

Для допуска к промежуточной аттестации студент должен сдать все практические задания до экзаменационной сессии на уровень «пороговый» и выше. Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в 5 семестре в письменной форме по билетам. Экзаменационный билет содержит 5 теоретических вопросов, проверяющих ИПК-6.1, ИПК-6.2.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Примерный перечень для проведения промежуточной аттестации:

ИПК-6.1

1 Фирма-турагент отказывается предоставить информацию о компании-туроператоре, ссылаясь на коммерческую тайну. Правомерно ли это?

2 Какова роль туроператора в туристской индустрии?

3 Если туристская фирма имеет сертификат соответствия, должна ли она дополнительно сертифицировать вновь разработанные туры?

4 Может ли туристская фирма предлагать маршрут, не имеющий сертификата соответствия?

5 Как решить проблему появления стартового капитала для открытия туристской фирмы? Приведите наиболее реалистичные варианты.

6 Сто пятьдесят туристских фирм на миллион жителей – это мало или много?

7 Что такое рентабельность туристского бизнеса?

8 Каков срок окупаемости средств, вложенных в туристскую фирму?

9 Какие, с вашей точки зрения, источники получения информации о туристском рынке являются наиболее надежными и достоверными.

10 Какова роль бизнес-плана в развитии туристской фирмы?

11 На каких этапах развития предприятия составляется бизнес-план?

12 Перечислить внутрифирменные функции бизнес-плана.

13 Какие задачи пытается решить туристская фирма бизнес-планированием?

14 Как влияет бизнес-план на получение банковских кредитов?

15 Дайте определение финансовые ресурсы фирмы.

16 Какие этапы включает процесс разработки бизнес-плана?

17 Назовите основные разделы первой части бизнес-плана.

18 Каким образом определяется размещение туристской фирмы?

19 Что такое «менеджмент управленческой команды».

20 Для каких целей составляется резюме бизнес-плана?

21 Какие сопроводительные документы необходимы к бизнес-плану?

22 С чего начинается положительный образ туристской фирмы?

23 Какими принципами необходимо руководствоваться при выборе названия туристской фирмы?

24 Какую роль играет членство фирмы в международных туристских организациях? Почему?

25 Можно ли в названиях туристской фирмы использовать иностранные слова? Аргументируйте свой ответ.

26 Назовите основные типы обозначений торговых марок.

27 Дайте определение «фирменный стиль».

28 Перечислите основные цели формирования фирменного стиля.

- 29 Какие существуют точки зрения по формированию фирменного стиля?
- 30 Что такое фирменный стиль в узком и широком понимании?
- 31 Какие элементы фирменного стиля входят в понятие фирменный блок?
- 32 Регистрируется ли слоган как товарный знак?
- 33 Что входит в понятие «другие фирменные константы».
- 34 Перечислите носителей фирменного стиля.
- 35 Какой элемент фирменного стиля является центральным?
- 36 В чем проявляется функция гарантия качества товарного знака?
- 37 Какие элементы оформления туристской фирмы являются ориентиром для клиентов?
- 38 Что такое маркизы?
- 39 Каким образом оформляются оконные проемы туристской фирмы?

ИПК-6.2

1. Перечислите документы, необходимые для оформления стенда клиентов.
2. Какие требования, предъявляются к внешнему виду сотрудников туристской фирмы?
3. По какой схеме расставляются рабочие столы в офисе туристской фирмы?
- 4 Как организовать очный процесс переговоров с представителями арабской фирмы, если в российской туристской фирме работают одни женщины?
- 5 Какие обстоятельства влияют на возможность снижения цены турпакета при ее обсуждении с иностранным партнером?
- 6 Может ли турист просить о внесении изменений в стандартный договор, предлагаемый туристской фирмой?
- 7 Прав ли турист, требующий, чтобы его договор с турагентством был подписан директором или менеджером, но по доверенности. Рядовой сотрудник туристской фирмы, от лица которой заключается договор, не имеет доверенности и утверждает: «У нас менеджеры подписывают все договора».
- 8 Какие существуют критерии при подборе персонала туристской фирмы.
- 9 Перечислить универсальные правила эффективного приема посетителей туристской фирмы.
- 10 Признает ли Закон о защите прав потребителей в качестве потребителя гражданина, который имеет намерение приобрести тур, но еще не сделал этого, а только зашел в офис туристской фирмы?
- 11 Какими законодательными и нормативными государственными актами установлено право туриста на безопасность?
- 12 Что понимается под правом туриста на информацию? Какова ответственность за ненадлежащую информацию?
- 13 В каком случае турист вправе требовать возмещения морального ущерба? Как определяется размер морального вреда?
- 14 Опишите процедуру урегулирования экономического спора и удовлетворения гражданского иска туриста к туристской фирме путем заключения сторонами мирового соглашения.
- 15 Что означает «управлять взаимоотношениями»?
- 16 Методы воздействия на органы чувств клиентов туристской фирмы.

17 Какими психологическими приемами должен владеть менеджер туристской фирмы?

18 Какие действия должен предпринять менеджер туристской фирмы в ситуации, когда первый клиент отвлекается на звонок мобильного телефона и достаточно долго общается с абонентом, а второй клиент терпит это пренебрежительное отношение к себе?

19 На какие категории можно разделить клиентов туристской фирмы по частоте их обращения?

20 Расположите последовательно, от наиболее к наименее значимым, десять основных факторов, определяющих качество обслуживания клиентов при покупке тура.

21 Какие методы используют турфирмы вашего города для поиска и привлечения потенциальных клиентов?

22 Какие скидки может предложить туристская фирма своим клиентам для увеличения объема продаж туров?

23 Туристская фирма проводит конкурс с определением и награждением победителя, условия которого опубликованы в журнале. Неожиданно финансовое состояние туристской фирмы ухудшается. Может ли она отказаться от проведения этого конкурса?

24 Может ли туристская фирма взять на себя функцию оформления загранпаспорта?

25 Что делать туристу, если во время пребывания за рубежом паспорт утерян или украден?

26 Что делать, если паспорт полностью использован, но в нем проставлены действующие долгосрочные визы? Если у туриста есть международная медицинская страховка, может ли он исключить из стоимости путевки оплату медицинской страховки, предлагаемой фирмой.

| № | Оценка | Требования |
|---|-----------------------|--|
| 1 | «Отлично» | ИПК 6.1, ИПК-6.2 освоены на «повышенный уровень», или ИПК6.2. освоена на повышенный уровень, ИПК-6.1. на «достаточный» 1) Полный и развернутый ответ на теоретические соответствия с содержанием дисциплины 2) Во второй части билета допущено не более 2 ошибок |
| 2 | «Хорошо» | ИПК 6.1, ИПК-6.2 освоены на «достаточный уровень», или ИПК6.2. освоена на «достаточный уровень», ИПК-6.1. на «повышенный» или «пороговый», или ИПК6.2. освоена на «повышенный уровень», ИПК-6.1. на «пороговый», 1) Полный и развернутый ответ на теоретические вопросы билета с незначительными недочетами в ответах, не требующих корректировки и наводящих вопросов от преподавателя 2) Во второй части билета допущено не 2-5 ошибок |
| 3 | «Удовлетворительно» | ИПК 6.1, ИПК-6.2 освоены на «пороговый уровень», или ИПК6.2. освоена на «пороговый уровень», ИПК-6.1. на «достаточный» 1) Краткий ответ на теоретические вопросы развернутого ответа на 1 из вопроса билета 2) Во второй части билета допущено 5-9 ошибок |
| 4 | «Неудовлетворительно» | Одна или обе компетенции освоены на «допороговый уровень» 1) Отсутствие ответа даже на общие вопросы по дисциплине 2) Ответы по теоретическим вопросам не соответствуют дисциплины 3) Во второй части билета допущено более 9 ошибок |