



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор –
проректор по учебной работе
Е.В. Хохлова

06 июня 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.02 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

Специальность: 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство

Москва, 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.02 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.02 «Основы менеджмента и маркетинга» обязательной частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство, в составе общепрофессионального учебного цикла.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 1 – 8; ПК 2.3, ПК 3.3.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК, ЛР	Умения	Знания
ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	– планировать и организовывать работу подразделения; – формировать организационные структуры управления; – разрабатывать мотивационную политику организации; – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; – принимать эффективные решения, используя систему методов управления; – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; – анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; – определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; - особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); - внешнюю и внутреннюю среду организации; - цикл менеджмента; - процесс принятия и реализации управленческих решений; - функции менеджмента в рыночной экономике: - организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; - систему методов управления; - методику принятия решений; - стили управления, коммуникации, деловое общение; - сущность и функции маркетинга; - конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	72
в т. ч.:	
лекции, уроки	22
практические занятия	18
Самостоятельная работа	30
консультации	2
Промежуточная аттестация в форме экзамена (3 семестр)	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект) (если предусмотрены), иные виды учебной работы в соответствии с учебным планом	Объем часов	Раскрываемые компетенции	Уровень освоения
1	2	3		
Раздел 1.	Основы менеджмента			
Тема 1.1. Теоретические основы менеджмента	Содержание учебного материала Понятие и сущность менеджмента. Основное содержание менеджмента. Виды менеджмента. Задачи менеджмента. Принципы менеджмента. История развития менеджмента.	4	ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	1
	Практические занятия 1.	2		2
Тема 1.2. Организация как объект современного менеджмента.	Содержание учебного материала Понятие организации. Организация как открытая система. Жизненный цикл организации. Функциональные области как объекты менеджмента. Типы организаций.	6	ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	1
	Практические занятия 2.	2		2
Тема 1.3. Научные школы и основные теоретические подходы в менеджменте	Содержание учебного материала Школа научного управления. Классическая школа управления. Школа человеческих отношений в управлении. Школа поведенческих наук. Количественная школа. Ситуационный подход. Процессный подход. Системный подход.	4	ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	1
	Практические занятия 3.	2		2
Тема 1.4. Функции	Содержание учебного материала	6		1

менеджмента	Основные функции менеджмента. Планирование, его виды и принципы. Организация как процесс формирования структуры. Основные виды структур управления (линейная, функциональная, дивизионная, матричная). Мотивация и ее сущность. Содержательные теории мотивации (теория А. Маслоу, Мак-Клеланда, Ф. Герцберга, М. Фриберга). Процессуальные теории мотивации (теория ожиданий, теория справедливости, теория мотивации Л. Портера-Э.Лоулера). Контроль как функция менеджмента. Основные виды, технология проведения, требования к эффективному контролю.		ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	
	Практические занятия 4.	4		2
	Внеаудиторная самостоятельная работа 1.	15		3
Раздел 2	Принятие управленческих решений			
Тема. 2.1. Принятие управленческих решений.	Содержание учебного материала	4	ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	1
	Понятие и виды управленческих решений. Этапы разработки и принятия решений. Методы принятия решений.			
	Практические занятия 5.	2		2
Тема. 2.2 Место и задачи менеджера в системе управления.	Содержание учебного материала	4	ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	1
	Понятие и роль менеджера в организации. Уровни управления. Стили руководства. Теория лидерства. Коммуникации. Личные качества менеджера. Понятие эффективности, эффекта. Критерии эффективности менеджмента. Показатели эффективности менеджмента.			
	Практические занятия 6.	2		2
	Внеаудиторная самостоятельная работа 2.	14		3
Раздел 3.	Основы маркетинга			
Тема 3.1. Сущность	Содержание учебного материала			1

маркетинга	Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга. История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Принципы и функции маркетинга. Управление и комплекс маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности (по отраслям).	2	ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	
	Практические занятия 7.	4		2
Тема 3.2. Маркетинговая информация и маркетинговое исследование	Содержание учебного материала		ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	1
	Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Вспомогательные системы маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация. Методы маркетинговых исследований.	4		
	Практические занятия 8.	2		2
Тема 3.3. Окружающая среда маркетинга. Покупательское поведение потребителей	Содержание учебного материала	2	ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	1
	Понятие маркетинговой среды и ее составные части. Модель покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Реакция покупателей на покупку.			
Тема. 3.4.	Содержание учебного материала	4	ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	1
Сегментирование рынка	Понятие и роль сегментов рынка. Понятие целевого маркетинга. Способы и стратегии охвата рынка. Пути позиционирования товара на рынке.			
	Практические занятия 9.	4		2
Тема. 3.5 Ценообразование в маркетинге	Содержание учебного материала	2	ОК 1 – 8 ПК 2.3 ПК 3.3	1
	Понятие и сущность цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Зависимость цены от спроса. Методы ценообразования. Факторы, влияющие на установление цены продукта.			
	Внеаудиторная самостоятельная работа 3.	13		3
Промежуточная аттестация в форме зачета				
Всего:		108		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально – техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета Менеджмента; Маркетинга для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, в том числе групповых, индивидуальных, письменных, устных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оборудование:

- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель (столы, стулья по количеству обучающихся);
- доска ученическая.

Технические средства обучения:

- компьютер (ноутбук);
- мультимедийный проектор, экран.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по рабочей программе дисциплины, в том числе, видео-аудио материалы, компьютерные презентации.

Компьютер имеет доступ к электронно-библиотечным системам, выход в глобальную сеть Интернет, оснащен лицензионным программным обеспечением.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации учебной дисциплины

Основная литература

1. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко [и др.]; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17649-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/>

3. Карпова, С. В. Основы маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16682-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/>

Дополнительные учебные издания

4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/>

Интернет-ресурсы:

5. Электронно-библиотечная система РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева (далее ЭБС) сайт www.library.timacad.ru
6. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - <https://cyberleninka.ru/>
7. Сетевая электронная библиотека аграрных вузов - <https://e.lanbook.com/books>
8. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» <http://ecsocman.edu.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Результаты обучения	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. ПК 2.3. Организовывать садово-парковые и ландшафтные работы. ПК 3.3. Консультировать заказчиков по вопросам современных технологий в садово-парковом и ландшафтном строительстве. Знать: - сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; - особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); - внешнюю и внутреннюю среду организации; - цикл менеджмента; - процесс принятия и реализации управленческих решений; - функции менеджмента в рыночной экономике: - организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; - систему методов управления; - методику принятия решений; - стили управления, коммуникации, деловое общение; - сущность и функции маркетинга; - конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	Текущий контроль: - опрос устный; - тестирование; - выполнение практической работы. Оценка результатов выполнения самостоятельной работы Промежуточная аттестация в форме: зачета Метод проведения промежуточной аттестации: выполнение комплексного задания

Уметь: — с планировать и организовывать работу подразделения; — формировать организационные структуры управления; — разрабатывать мотивационную политику организации; — применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; — принимать эффективные решения, используя систему методов управления; — учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; — анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; — определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	
--	--

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Показатели и критерии оценивания компетенций

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания содержатся в приложении 1.

Контрольные и тестовые задания

Контрольные задания содержатся в приложении 1.

Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, характеризующих формирование компетенций, содержатся в приложении 1.

Контрольно-оценочные средства

для проведения промежуточной аттестации по дисциплине ОП.02 Основы менеджмента и маркетинга

1.1. Форма промежуточной аттестации: Зачет.

1.2. Система оценивания результатов выполнения заданий

Оценивание результатов выполнения заданий промежуточной аттестации осуществляется на основе следующих принципов:

достоверности оценки – оценивается уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, продемонстрированных обучающимися в ходе выполнения задания;

адекватности оценки – оценка выполнения заданий должна проводиться в отношении тех компетенций, которые необходимы для эффективного выполнения задания;

надежности оценки – система оценивания выполнения заданий должна обладать высокой степенью устойчивости при неоднократных оценках уровня сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций обучающихся;

комплексности оценки – система оценивания выполнения заданий должна позволять интегративно оценивать общие и профессиональные компетенции обучающихся;

объективности оценки – оценка выполнения конкурсных заданий должна быть независимой от особенностей профессиональной ориентации или предпочтений преподавателей, осуществляющих контроль или аттестацию.

При выполнении процедур оценки заданий используются следующие основные методы:

- метод расчета первичных баллов;
- метод расчета сводных баллов.

Результаты выполнения заданий оцениваются в соответствии с разработанными критериями оценки.

Используется пятибалльная шкала для оценивания результатов обучения.

Перевод пятибалльной шкалы учета результатов в пятибалльную оценочную шкалу:

Оценка	Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания, средний балл по итогам аттестации
Оценка 5 «отлично»	4,6-5
Оценка 4 «хорошо»	3,6-4,5
Оценка 3 «удовлетворительно»	3-3,5
Оценка 2 «неудовлетворительно»	≤ 2,9

1.3. Контрольно-оценочные средства

1.3.1 Задание:

1. Ответить на 2 вопроса.
2. Выполнить практическое задание.

Примерные вопросы для собеседования

1. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный и ситуационный. Их сущность и основные отличия.
2. Национальные особенности менеджмента.
3. Организация как объект менеджмента.
4. Органы управления.
5. Основные принципы построения организационных структур. Типы структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, линейно-штабная и др.
6. Внутренняя среда организации.
7. Внешняя среда организации: факторы внешней среды прямого и косвенного воздействия.
8. Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) как основа управленческой деятельности.
9. Роль планирования в организации. Формы планирования
10. Виды планов. Основные стадии планирования.
11. Стратегическое планирование. Процесс стратегического планирования: миссия и цели, анализ внешней среды, анализ сильных и слабых сторон, анализ и выбор стратегии, ее оценка.
12. Мотивация и критерии мотивации труда. Индивидуальная и групповая мотивация.
13. Первичные и вторичные потребности.
14. Содержательные теории мотивации.
15. Процессуальные теории мотивации.
16. Теории мотивации.
17. Сущность делегирования, правила и принципы делегирования.
18. Основные методы управления: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические, их достоинства и недостатки.
19. Самоменеджмент. Планирование и организация работы менеджера.
20. Понятие общения и коммуникации.
21. Информация и ее виды: функциональная, координационная, оценочная.
22. Эффективная коммуникация.
23. Правила ведения бесед, совещаний. Планирование проведения данных мероприятий.
24. Абстрактные типы собеседников.
25. Типы решений и требования, предъявляемые к ним.
26. Методы принятия решений: индивидуальный, групповой, преимущества и недостатки.
27. Этапы принятия решений: установление проблемы, выявление факторов и условий, разработка решений, оценка и принятие решения.
28. Контроль, понятие и сущность;
29. Этапы контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с реальными результатами, коррекция.
30. Контроль и его виды: предварительный, текущий, заключительный.
31. Сущность и классификация конфликтов.
32. Конфликты в коллективе и пути их преодоления.
33. Причины и виды конфликтов.
34. Методы управления конфликтами.

35. Последствия конфликтов.
36. Природа и причина стрессов. Взаимосвязь конфликта и стресса.
37. Стили руководства в управлении.
38. Этические аспекты менеджмента.
39. Этика и современное управление.
40. Уровни социальной ответственности организации.
41. Этика бизнеса на международном уровне.
42. Понятие эффективности управления. Взаимосвязь понятий
эффективность, производительность, качество.
43. Основные количественные характеристики эффективности управления.
44. Экономическая и социальная эффективность.
45. Подходы и методы оценки эффективности управления.
- Обобщающие и частные показатели эффективности управления.
46. Исследование маркетинговой среды предприятия
47. Влияние факторов на маркетинговую деятельность предприятия.
48. Исследование потенциала рынка.
49. Анализ методов ценообразования и оптимизация ценовой политики пред
50. Разработка товара и выведение его на рынок.
51. 4Исследование методов прогнозирования спроса и емкости рынка .
52. Методы прогнозирования спроса и емкости рынка.

Примерные практические задания:

Задание 1. Для менеджмента личность руководителя как объект и субъект управления важна с точки зрения поведения его на работе, общения с сотрудниками, отношения к делу, способностей, опыта, честности и других черт характера.

1. Основываясь на теоретических положениях, определите, какие из черт характера наиболее предпочтительны для: а) коммерческого директора; б) начальника отдела маркетинга и рекламы; в) заведующего отделом (секцией); г) менеджера по закупкам – товароведа.

2. Составьте «портрет» менеджера XXI века.

Задание 2. Определить, какие из перечисленных ниже целей являются стратегическими или финансовыми, долгосрочными или краткосрочными?

1. Увеличить долю фирмы на рынке с 5 до 10%.
2. Обеспечить рост доходов на 5%.
3. Обеспечить повышение качества продукции.
4. Добиться ежегодного увеличения объема продаж с 1 до 2 млрд руб. за 5 лет.
5. Раз в полтора-два года выходить на новый рынок.
6. Достигнуть 20%-ного уровня доходов по акциям.
7. Добиться повышения цены акций.
6. Повысить репутацию фирмы среди клиентов.
9. Повысить конкурентоспособность фирмы.
10. Добиться 100%-ного уровня удовлетворения запросов клиентов.
11. Расширить номенклатуру продукции.

Задание 3. Рассмотрите ситуацию и выберите вариант управленческого решения.

Обоснуйте свой выбор. Ситуации для принятия управленческих решений

Ситуация 1. Когда вам случается быть как представителю администрации на презентации фирмы или произведения искусства, к чему вы более склонны: А.

Вести разговоры на темы, близкие вам (особенно по профессии), вашим интересам в искусстве, литературе, спорте. Б. Выяснить взаимоотношения по спорным или принципиальным вопросам, чтобы отстаивать свою личную точку зрения. В. Не выделяться, поддерживать общую тему разговора, разделять общее приподнятое, непринужденное настроение в компании. Г. Постараться быть оригинальным, совершая нестандартные поступки.

Задание 4. Между двумя Вашими подчиненными возник межличностный конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к Вам с просьбой, чтобы Вы разобрались в создавшейся ситуации и поддержали его позицию. Обоснуйте свой вариант поведения в конфликте.

1.3.2. Критерии оценки

Результаты выполнения теоретического задания и результаты выполнения практического задания суммируются. Формируется свод результатов, полученные результаты соотносятся с 5-бальной системой оценки.

	Критерии оценки к теоретическому заданию	Баллы за критерии оценки
		Максимальный балл –
1	- демонстрирует глубокое, полное знание и понимание учебного материала; - дает точное определение и истолкование основных понятий, терминов; - при ответе демонстрирует самостоятельность суждений, приводит верные аргументы, делает правильные выводы; - последовательно, чётко, связно, логично и безошибочно излагает учебный материал; - правильно и обстоятельно отвечает на сопутствующие вопросы	1
2	- демонстрирует знание и понимание учебного материала; - в основном правильно, без изменения основной сути, дает определения понятий, терминов; - при ответе демонстрирует самостоятельность суждений, выводы верные, но недостаточно аргументированы; - учебный материал излагает в определенной логической последовательности - при ответе на вопрос допускает несущественные ошибки и (или) не более двух недочетов, которые студент может исправить самостоятельно при требовании преподавателя; дает правильные ответы на сопутствующие вопросы	0,5
3	- раскрывает основное содержание учебного материала; - допускает ошибки в определении и истолковании основных понятий, терминов, которые может исправить самостоятельно или при небольшой помощи преподавателя; - самостоятельно формулирует ответ на вопрос, приводит частично верные аргументы, отдельные выводы нельзя считать верными и обоснованными;	0,25

	- нарушена логическая последовательность изложения учебного материала, при ответе на вопрос допущена одна грубая ошибка и (или) более двух недочетов; - студент испытывает значительные затруднения, отвечая на сопутствующие вопросы	
4	- не раскрывается основное содержание учебного материала; - не знает или дает неверное определение и истолкование основных понятий, методик; - даются неверные ответы на вопросы	0
	ИТОГО	1

	Критерии оценки к практическому заданию	Баллы за критерии оценки
		Максимальный балл –
1	Верно и полно даны ответы на все поставленные вопросы. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, ситуационная задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения ситуационной проблемы.	3,0
2	Верно, но не полно даны ответы на все поставленные вопросы. Ответы в целом верны. В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но ситуационная задача решена неоптимальным способом или допущено не более двух незначительных ошибок. Проблема ситуационной задачи выявлена, решение соответствует условиям ситуационной задачи.	1,5
3	Верно и полно дан ответ на 1 вопрос В логическом рассуждении и решении нет ошибок, ситуационная задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения ситуационной проблемы.	1,0
4	Верно, но не полно дан ответ на 1 вопрос В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но ситуационная задача решена неоптимальным способом или допущено не более двух незначительных ошибок. Проблема ситуационной задачи выявлена, решение соответствует условиям ситуационной задачи.	0,5
5	Отсутствует окончательный вариант решения ситуационной задачи. Решение неверное или отсутствует.	0
	ИТОГО	3