

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Волхонов Михаил Геннадьевич

Должность: Ректор

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ

Дата подписания: 30.07.2023 15:51:58

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Уникальный программный ключ:
40a6db1879d6a9ee29ec8e0fb2f95e4614a0998
"КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ"

Кафедра: Экономика, управление и техносферная безопасность

УТВЕРЖДАЮ

Декан инженерно-
технологического факультета

_____ /М.А. Иванова/

«14» мая 2025 г.

Фонд
оценочных средств по дисциплине
(междисциплинарный курс)

Управление взаимоотношениями с потребителями

Специальность	23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств
Квалификация	специалист
Форма обучения	очная
Срок освоения ППССЗ	3 года 10 месяцев
На базе	основного общего образования

Караваево 2025

Фонд оценочных средств, предназначен для контроля знаний, умений и уровня приобретенных компонентов обучающихся по ППССЗ (СПО) специальности: 23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств

Разработчик:

Заведующий кафедрой Василькова Т.М. _____

Утвержден на заседании кафедры экономики, управления и техносферной безопасности, протокол № 8 от «10» апреля 2025 года

Заведующий кафедрой Василькова Т.М. _____

Согласовано:

Председатель методической комиссии
инженерно-технологического факультета протокол № 5 от 13.05.2025 года

Трофимов М.А.

Результаты освоения междисциплинарного курса
**МДК.02.02 – Организация работы подразделения по техническому
 обслуживанию и ремонту автотранспортных средств**
 ППССЗ (СПО)
 по специальности 23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных
 средств

Коды компетенций по ФГОС	Компетенции	Результат освоения
Общие компетенции		
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	Умение распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умение применять современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	Умение организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности развития.
Профессиональные компетенции		
ПК 2.3.	Осуществлять взаимодействие со смежными структурными подразделениями предприятия и внешними организациями	Умение осуществлять взаимодействие со смежными структурными подразделениями предприятия и внешними организациями
ПК 3.1.	Осуществлять взаимодействие с	Умение осуществлять взаимодействие с потребителями в процессе оказания

	потребителями в процессе оказания услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов	услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов
ПК 3.2.	Осуществлять консультирование потребителей по вопросам эксплуатации автотранспортных средств и предварительной записи на сервисное обслуживание и ремонт	Умение осуществлять консультирование потребителей по вопросам эксплуатации автотранспортных средств и предварительной записи на сервисное обслуживание и ремонт
ПК 3.3.	Осуществлять прием и обработку рекламаций от потребителей	Умение осуществлять прием и обработку рекламаций от потребителей

Требования к результатам освоения междисциплинарного курса:

иметь практический опыт:

- планирования и организации работ производственного участка по взаимодействию с потребителями;
- использования различных форм и методов взаимодействия с потребителями в процессе оказания услуг;
- выработки навыков анализа поступающей информации и умения наладить коммуникации при взаимодействии с потребителями в процессе оказания услуг.

уметь:

- применять способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- применять методы и приемы эффективного взаимодействия работы в коллективе и команде;
- осуществлять взаимодействие со смежными структурными подразделениями предприятия и внешними организациями;
- осуществлять взаимодействие с потребителями в процессе оказания услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов;
- применять основы, приемы и методы консультирования потребителей по вопросам эксплуатации автотранспортных средств и предварительной записи на сервисное обслуживание и ремонт;
- осуществлять прием и обработку рекламаций от потребителей.

Паспорт аонда оценочных средств

ППССЗ (СПО)

по специальности 23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных
средств

МДК.02.02 – Управление взаимоотношениями с потребителями

Таблица 1

№ п/п	Модуль (тема) дисциплины	Формируемые компетенции или их части	Кол-во тестов	Оценочные материалы и средства	
				Вид	Кол-во
1	2	3	4	5	6
1	Тема 1 Теоретические основы управления взаимоотношениями с потребителями	ОК-01; ОК-02; ОК-04 ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	6	Вопросы для собеседования	5
2	Тема 2 Инструменты, применяемые при управлении взаимоотношениями с потребителями	ОК-01; ОК-02; ОК-04 ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	4	Вопросы для собеседования	5
3	Тема 3 Оценка эффективности взаимоотношений с потребителями	ОК-01; ОК-02; ОК-04 ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	5	Вопросы для собеседования	5
4	Тема 4 Социально- психологический портрет потребителя	ОК-01; ОК-02; ОК-04 ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	9	Вопросы для собеседования	7
5	Тема 5 Основы взаимодействия со смежными структурными подразделениями предприятия и внешними организациями	ОК-01; ОК-02; ОК-04 ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	28	Вопросы для собеседования	9

1 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Оценочные материалы и средства для проверки сформированности компетенций

Тема 1 Теоретические основы управления взаимоотношениями с потребителями

Контрольные вопросы для собеседования

1. Изложите основные задачи управления взаимоотношениями с потребителями.
2. Раскройте теоретические основы управления взаимоотношениями с потребителями.
3. Каковы принципы управления взаимоотношениями с потребителями.
4. Дайте определение понятия «взаимоотношения».
5. По каким признакам классифицируются потребители

Тестовые задания для контроля текущих знаний

Процесс формирования, поддержки и развития долгосрочных отношений с потребителями, основанные на обмене рыночными ценностями и взаимного выполнения принятых обязательств – это ...

+ управление взаимоотношениями с потребителями;

управление предприятием;

менеджмент предприятия;

управление продажами;

Концепция, отражающая «клиенто - ориентированный» подход фирмы к своим клиентам. Системы, реализующие эту концепцию, призваны собирать информацию о клиентах фирмы, извлекать из нее знания и использовать их в интересах компании путем выстраивания взаимовыгодных отношений с ними – это ...

+CRM;

BRM;

DRM;

CDS;

Какое высказывание правильно?

привлечение нового клиента существенно дешевле удержания существующего клиента

+удержание существующего клиента существенно дешевле привлечения нового клиента

цена привлечения нового клиента и удержания существующего клиента одинаковы

Своеобразная медаль, одна сторона которой представляет собой внутренний образ компании, то есть существующая в сознании работников предприятия, а вторая — ее внешний образ, предназначенный для партнеров, конкурентов, финансово-кредитных организаций налоговой службы и т.п. – это...

+имидж предприятия;

сотрудники предприятия;

проблемы предприятия

Основным определяющим фактором деятельности для предпринимателя является:

товар;

+прибыль;

деньги;

творчество.

Самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции, выполнения работ, оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли называется:

сектор экономики
отрасль
+предприятие
структурное подразделение

Тема 2 Инструменты, применяемые при управлении взаимоотношениями с потребителями

Контрольные вопросы для собеседования

1. Какие инструменты, применяемые при управлении взаимоотношениями с потребителями?
2. Как классифицируются инструменты, применяемые при управлении взаимоотношениями с потребителями?
3. Какие виды инструментов наиболее результативные при взаимоотношениями с потребителями?
4. Какие виды инструментов наименее результативные при взаимоотношениями с потребителями?
5. Предложите как дифференцировать подходы с различными категориями потребителей.

Тестовые задания для контроля текущих знаний

Какой тип взаимоотношениями с потребителями характеризуется максимальным взаимодействием между участниками:

+ индивидуальный;
групповой

Какой принцип при работе с претензиями характеризуется необходимостью обеспечить для всех предъявляющих претензию легкий доступ к процессу управления претензиями, а также к информации с подробным описанием порядка подачи и решения претензий – это ...

+ доступность
достоверность;
индивидуальность.

Ремонт автомобилей относятся

к производственному предпринимательству;
+ к коммерческому предпринимательству;
к финансовому предпринимательству;
к консультационному предпринимательству

Ситуация, когда частные интересы человека — такие как профессиональные связи вне организации или личные финансовые активы — вступают в реальное или мнимое противоречие с выполнением им/ею служебных обязанностей – это...

+ личный конфликт интересов;
взаимоотношения людей;
доверительные взаимоотношения

Тема 3 Оценка эффективности взаимоотношений с потребителями

Контрольные вопросы для собеседования

1. Какой экономический смысл вкладывается в понятие «оценка эффективности взаимоотношений»?
2. Способы оценки эффективности взаимоотношений с потребителями?
3. Что такое эффективность взаимоотношений с потребителями?

4. Какие показатели рассчитываются для характеристики эффективности взаимоотношений с потребителями?

5. Какова классификация показателей оценки эффективности взаимоотношений с потребителями?

Тестовые задания для контроля текущих знаний

Оценка эффективности взаимодействия с потребителями в рамках управления качеством предполагает:

+измерение удовлетворенности потребителей, их лояльности и влияния на бизнес.

оценку объемов продаж

измерение количества потребителей

Эффективные взаимоотношения с потребителями способствуют:

росту продаж;

снижению рисков репутационных ущербов;

улучшению качества продуктов и услуг;

+ всему вышеперечисленному

Индекс потребительской удовлетворенности (CSI – Customer Satisfaction Index) показывает:

+какой процент покупателей довольны покупкой;

на сколько вырос какой процент продаж;

на сколько увеличился процент повторных продаж.

Удовлетворенность потребителей – это

+оценка опыта потребителя по приобретению и использованию продуктов, сервисов или услуг, предоставляемых компанией, и эмоциональная реакция на них.

оценка потребителем продуктов, сервисов или услуг, предоставляемых компанией;

результат оценки потребителем продуктов, сервисов или услуг, предоставляемых компанией.

Коэффициент удержания клиентов – это доля тех клиентов, которые:

+ остались с компанией в течение рассматриваемого периода времени.

расстались с компанией в течение рассматриваемого периода времени;

присоединились к числу клиентов компании в течение рассматриваемого периода времени;

Тема 4 Социально-психологический портрет потребителя

Контрольные вопросы для собеседования

1. Определение терминов «потребитель», «взаимоотношения с потребителями», «лояльность потребителей»: суть, функции.

2. Требования стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2015, отражающие принцип «ориентации на потребителя»

3. Отношения, регулируемые законодательством о защите прав потребителей.

4. Способы изменения отношения потребителей к товару.

5. Существует ли разница между понятием «потребитель» и «клиент»?

6. Назовите виды потребителей.

7. Приведите характеристику типов людей, трудных в общении.

Тестовые задания для контроля текущих знаний

Лояльность потребителя – наиболее высокий уровень взаимоотношений, затрагивающий эмоциональную сферу, проявляющийся в том, что клиенты:

имеют долгую историю взаимоотношений с компанией;

покупают больше среднего;

с большой вероятностью совершают повторную покупку;

более привержены бренду (имеют высокую степень предпочтения продукта);

чаще рекомендуют компанию другим
+все выше перечисленное.

Для лояльных клиентов наиболее предпочтительные мероприятия:

+специальные предложения и услуги, программы лояльности, даже если суммы покупок снижаются, награды за усилия, например, скидки как для того кто рекомендовал компанию другим клиентам , так и для клиента, воспользовавшегося рекомендацией.

разработка программ лояльности.

снижение неудовлетворенности.

положительное впечатление.

Для постоянных клиентов наиболее предпочтительные мероприятия:

специальные предложения и услуги, программы лояльности, даже если суммы покупок снижаются, награды за усилия, например, скидки как для того кто рекомендовал компанию другим клиентам , так и для клиента, воспользовавшегося рекомендацией.

+разработка программ лояльности.

снижение неудовлетворенности.

положительное впечатление.

Для клиентов «пленников» наиболее предпочтительные мероприятия:

специальные предложения и услуги, программы лояльности, даже если суммы покупок снижаются, награды за усилия, например, скидки как для того кто рекомендовал компанию другим клиентам, так и для клиента, воспользовавшегося рекомендацией.

разработка программ лояльности.

+снижение неудовлетворенности.

положительное впечатление.

Для новых клиентов наиболее предпочтительные мероприятия:

специальные предложения и услуги, программы лояльности, даже если суммы покупок снижаются, награды за усилия, например, скидки как для того кто рекомендовал компанию другим клиентам , так и для клиента, воспользовавшегося рекомендацией;

разработка программ лояльности;

снижение неудовлетворенности;

+положительное впечатление.

Эти потребители приносят компании значительную долю прибыли и рекомендуют компанию другим. Рекомендации клиентов порой могут иметь даже большую ценность, чем их покупки:

+лояльные клиенты;
постоянные клиенты;
клиенты «пленники»;
новые клиенты;
неприбыльные клиенты.

Эти потребители много покупают у разных компаний и не имеют предпочтений. Прибыльны, но менее чем лояльные, так как не всегда рекомендуют продукт другим. Близкое понятие: мультилояльные клиенты – лояльные к нескольким брендам.

лояльные клиенты;
+постоянные клиенты;
клиенты «пленники»;
новые клиенты;
неприбыльные клиенты.

Неудовлетворенные клиенты, которые долго взаимодействуют с компанией. У них слабо выражено желание совершить повторную покупку, слабая степень предпочтения продукта, они не готовы рекомендовать его другим, но они не могут легко переключиться на продукты другой компании (пользователи Microsoft, клиенты авиакомпаний на небольших рынках). Они имеют среднюю или долгую историю с

компанией и приносят высокий денежный поток, но его будущее под угрозой, так как они отчаянно хотят уйти. Еще и делятся своим разочарованием с другими.

лояльные клиенты;
постоянные клиенты;
+клиенты «пленники»;
новые клиенты;
неприбыльные клиенты.

Эти потребители никогда не будут удовлетворены, так как продукция компании не соответствует их потребностям, они могут приобрести продукцию 1 раз во время промоакции, а затем больше не вернуться.

лояльные клиенты;
постоянные клиенты;
клиенты «пленники»;
новые клиенты;
+неприбыльные клиенты.

Тема 5 Основы взаимодействия со смежными структурными подразделениями предприятия и внешними организациями

Контрольные вопросы для собеседования

1. Какие факторы влияют на взаимодействия со смежными структурными подразделениями предприятия?
2. Какие факторы влияют на взаимодействия с внешними организациями?
3. Приведите классификацию взаимоотношений.
4. Каким образом можно улучшить взаимодействия со смежными структурными подразделениями предприятия
5. Каким образом можно улучшить взаимодействия с внешними организациями?
6. Назовите основные причины конфликтов?
7. Какие этапы включает процесс развития конфликта?
8. С чем связаны стили конфликтного поведения?
9. Какие основные способы регулирования конфликтов используются в управлении?

Тестовые задания для текущего контроля знаний

Если взаимосвязанные между собой рабочие места не равны по производительности в единицу времени, то не соблюдается принцип:

+пропорциональности
параллельности
непрерывности
ритмичности

Если в процессе производства имеют место значительные перерывы, не предусмотренные технологией, то не соблюдается принцип:

+непрерывности
пропорциональности
параллельности
ритмичности

По роли в общем процессе производства отдельные производственные процессы подразделяются на:

+основные, вспомогательные, обслуживающие
ручные, механизированные, автоматизированные
трудовые, естественные
единичные серийные, массовые

Способ воздействия управляющей подсистемы на управляемую, для достижения поставленных целей называется:

+метод управления
организационная форма
мотивация
управленческое воздействие

Методы прямого воздействия, носящие директивный, обязательный характер называются:

организационно-экономические
+организационно-административные
социально-психологические
социально-экономические

Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и целей организации называется:

+мотивацией
стимулированием
побуждением
управлением

Какая функция устанавливает степень соответствия принятых решений фактическому состоянию системы управления, реально достигнутых результатов и целей запланированным, выявляет отклонения и их причины?

функция организации
+функция контроля
функция координации
ни одна из функций

Обеспечение взаимодействия и согласованности в работе всех звеньев организации путем установления рациональных связей между ними является главной задачей функции:

планирования
мотивации
контроля
+координации

Формально организаций складываются на основе:

дружеских отношений
формальных отношений
+должностных отношений
социальных отношений

Лицо, осуществляющее управленческую функцию, называется:

лидер
специалист
+руководитель
служащий

Этот метод, который используется как дополнительный инструмент на определенном этапе подбора кадров, называется:

метод интервью
метод отборочного теста
+метод экспертных оценок
метод сценариев.

Значительное негативное влияние на нормальное функционирование коллектива оказывают межличностные конфликты, основной причиной которых является столкновение:

+материальных интересов

характеров
личных взглядов
моральных ценностей.

Устойчивая манера поведения руководителя по отношению к подчиненным, позволяющая, оказывать на них влияние и побуждать их к достижению целей организации это:

мотивация
+стиль руководства
структура управления
нет верного ответа

Стиль, при котором руководитель предпочитает воздействовать на людей приказом:

либеральный
демократический
+директивный
комбинированный

Стиль, при котором отсутствует размах в деятельности, безынициативность и постоянное ожидание указаний сверху, нежелание принимать на себя ответственность:

+ либеральный
демократический
директивный
нет верного ответа

Стиль, при котором руководитель расположен к делегированию полномочий, предоставляет подчиненным принимать участие в реализации фирменных идей это:

либеральный
директивный
+демократический
нет верного ответа

Цели и задачи организации, общие условия труда, личность сотрудника, личность руководителя, размер группы, структура группы это:

основные элементы культуры организации
предмет оценки
субъект оценки

+факторы, определяющие стиль руководства

Относительная характеристика результативность деятельности конкретной управляющей системы, отражающейся в различных показателях как объекта управления, так и собственнойправленческой деятельности – это:

управленческое решение
коммуникации
+эффективность управления
нет верного ответа

Укажите типы конфликтов по содержанию:

межличностный
между личностью и группой
между группами
+все ответы верны.

Значительное негативное влияние на нормальное функционирование коллектива оказывают межличностные конфликты, основной причиной которых является столкновение:

+материальных интересов
характеров
личных взглядов
моральных ценностей.

Один из способов разрешения конфликтов в коллективе, при котором достигается временное согласие, называется:

+компромисс
сглаживание
принуждение
конfrontация.

Эскалация конфликта происходит на следующей стадии обострения противоборства:

латентная
+открытая
начальная
конечная.

Стратегия разрешения конфликта, которая заключается в стремлении добиться удовлетворения своих интересов в ущерб интересам другого, называется:

+напористость
компромисс
доминирование
уклонение.

Приспособление предполагает использование следующего стиля конфликтного поведения, который называется:

приспособление
интеграция
+кооперация
сотрудничество.

По масштабу конфликты бывают:

слепыми и рациональными
+общими и парциальными
горизонтальные и вертикальные
скрытые и открытые.

По степени осмыслиения конфликты бывают:

+ слепыми и рациональными
общими и парциальными
горизонтальные и вертикальные
скрытые и открытые.

По внешнему проявлению конфликты бывают:

слепыми и рациональными
общими и парциальными
горизонтальные и вертикальные
+скрытые и открытые.

По организационному уровню конфликты бывают:

слепыми и рациональными
общими и парциальными
+горизонтальные и вертикальные
скрытые и открытые.

Таблица 3 – Критерии оценки сформированности компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции (части компетенции)	Критерии оценивания сформированности компетенции (части компетенции)
	соответствует оценке «зачтено» 50-100% от максимального балла
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к	Студент принимает активное участие в ходе проведения практических занятий, владеет материалом по темам курса, ориентируется в

<p>различным контекстам</p> <p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p> <p>ОК 04 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами</p> <p>ПК 2.3 Осуществлять взаимодействие со смежными структурными подразделениями предприятия и внешними организациями ПК 3.1.</p> <p>Осуществлять взаимодействие с потребителями в процессе оказания услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов</p> <p>ПК 3.2. Осуществлять консультирование потребителей по вопросам эксплуатации автотранспортных средств и предварительной записи на сервисное обслуживание и ремонт ПК 3.3. Осуществлять прием и обработку рекламаций от потребителей</p>	<p>рамках поставленной цели и может распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); умеет применять современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; умеет организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; умеет осуществлять взаимодействие со смежными структурными подразделениями предприятия и внешними организациями; готов осуществлять взаимодействие с потребителями в процессе оказания услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов; способен осуществлять консультирование потребителей по вопросам эксплуатации автотранспортных средств и предварительной записи на сервисное обслуживание и ремонт; знает как осуществлять прием и обработку рекламаций от потребителей</p>
--	---

2 ОЦЕНИВАНИЕ ПИСЬМЕННЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ

Выполнение письменной курсовой работы (проекта) по дисциплине не предусмотрено.

3 ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПОВТОРНОЙ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма промежуточной аттестации по дисциплине зачет.

Фонд оценочных средств для проведения повторной промежуточной аттестации формируется из числа оценочных средств по темам, которые не освоены студентом.

Примечание: Дополнительные контрольные испытания проводятся для студентов, набравших менее **50 баллов** (в соответствии с «Положением о модульно-рейтинговой системе»).