

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине

**«Планирование и осуществление коммуникационных компаний и мероприятий»**

по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Семестр \ Наименование дисциплины	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>ПК-1</b> Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по СО, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и СО								
Б1.В.ДВ.11.2 Планирование и осуществление коммуникативных кампаний и мероприятий							+	
Б1.Б18 Основы менеджмента			+	+				
Б1.Б19 Организация работы отделов рекламы и СО								+
Б1.Б24 Коммуникативные основы брендинга								+
Б1.Б25 Теория и практика создания имиджа							+	+
Б1.Б26 Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью					+	+	+	
Б1.Б31 Основы репутационного менеджмента						+		
Б2.Пд Преддипломная практика								+
Б3. Государственная итоговая аттестация								+
Этапы формирования компетенций			1	2	3	4	5	6
<b>ПК-2</b> Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы								
Б1.В.ДВ.11.2 Планирование и осуществление коммуникативных кампаний и мероприятий							+	
Б1.Б19 Организация работы отделов рекламы и СО								+
Б1.Б24 Коммуникативные основы брендинга							+	+
Б1.Б25 Теория и практика							+	+

создания имиджа								
Б1.Б26 Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью					+	+	+	
Б1.Б31 Основы репутационного менеджмента						+		
Б3. Государственная итоговая аттестация								+
Этапы формирования компетенций					1	2	3	4
<b>ПК-3 Владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами</b>								
Б1.В.ДВ.11.2 Планирование и осуществление коммуникативных кампаний и мероприятий							+	
Б1.Б19 Организация работы отделов рекламы и СО								+
Б1.Б24 Коммуникативные основы брендинга							+	+
Б1.Б25 Теория и практика создания имиджа							+	+
Б1.Б31 Основы репутационного менеджмента						+		
Б1.В.ДВ.5.1 Медиаэкономика						+		
Б1.В.ДВ.5.2 Региональная бюджетная политика						+		
Б3. Государственная итоговая аттестация								+
Этапы формирования компетенций						1	2	3

## **2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

<i><b>Индекс компетенции</b></i>	<i><b>Компетенция</b></i>	<i><b>Компоненты</b></i>
<b>ПК-1</b>	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по СО, осуществлять оперативное	1. Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия, учитывая характеристики целевой аудитории и особенности базисного субъекта PR.

	планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и СО.	2. Умение применять традиционные и современные технологии, психологические методы и техники при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий.
--	---	---

В рамках данной дисциплины формируется компетенция ПК-1

<i>Индекс компетенции</i>	<i>Компетенция</i>	<i>Компоненты</i>
<b>ПК-2</b>	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.	1. Способность участвовать в обеспечении внутренней и внешней коммуникации - устанавливать, поддерживать и развивать эффективную массовую и внутрифирменную коммуникацию, коммуникацию со СМИ. 2. Способность контролировать все этапы проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

В рамках данной дисциплины формируется компетенция ПК-2

<i>Индекс компетенции</i>	<i>Компетенция</i>	<i>Компоненты</i>
<b>ПК-3</b>	Владение навыками организационно управленческой работы с малыми коллективами.	1. Способность находить технико-экономическое обоснование планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий. 2. Умение разрабатывать и заполнять техническое задание, составлять бизнес-план и другие проектные документы, определяющие ключевые характеристики реализуемых кампаний и мероприятий.

В рамках данной дисциплины формируется компетенция ПК-3

**2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования (промежуточная аттестация)**

Компетенции	Показатели	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточная аттестация)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	

ПК-1	Знать	основные научные подходы к проектированию в рекламе и PR	основные требования к разработке и реализации коммуникационной кампании или мероприятия; формы и методы организации и проведения кампаний в сфере связей с общественностью	практические и теоретические принципы организации и реализации кампаний в области коммерческого, политического и социального PR	Обобщающая таблица Доклад
	Уметь	применять современные информационные технологии при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий	разрабатывать и реализовывать кампании и мероприятия в области рекламы и PR; использовать технологии проведения социологических и маркетинговых исследований	объяснять особенности организации и проведения кампаний и мероприятий в области коммерческого, политического и социального PR	План-конспект Творческое задание
	Владеть	традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; основными требованиями к разработке и реализации кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью	способностью разрабатывать и оформлять коммуникационные кампании и мероприятия; методами проведения социологических и маркетинговых исследований	умениями планировать и реализовывать коммуникационные кампании и мероприятия, учитывая особенности коммерческого, политического и социального PR	Кейс - задача
ПК-2	Знать	коммуникативные приемы и современные информационные технологии	основные требования по реализации коммуникационных кампаний и мероприятий	медиа-аспект стратегии коммуникационной кампании или мероприятия	План - конспект
	Уметь	применять коммуникативные приемы при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	проводить проекты в области рекламы и PR	разрабатывать медиа-стратегию коммуникационной кампании или мероприятия	Терминологический словарь Творческое задание

	Владеть	способами эффективного использования методов проектирования в профессиональной деятельности	способностью разрабатывать и оформлять коммуникационную кампанию и мероприятие	навыками презентации коммуникационной кампаний и мероприятия	Доклад Медиапрезентация План-конспект
ПК-3	Знать	разновидности проектной документации	правила разработки проектной документации	правила составления технического задания, брифа, бизнес-плана	Конспект
	Уметь	различать виды проектной документации	находить технико-экономическое обоснование планирования и организации коммуникационной кампании и мероприятия	разрабатывать техническое задание, бриф, бизнес-план	Обобщающая таблица
	Владеть	основными правилами подготовки проектной документации	навыками разработки и составления технического задания, брифа, бизнес-плана	системным подходом к формированию бизнес-кейсов	Кейс - задача Конспект

## 2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины, компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства**
1	Базисный субъект PR. Сравнительный анализ коммуникационной кампании, PR-проекта, PR-акции. Примеры коммуникационных кампаний и мероприятий из мировой и отечественной практики.	ПК-1	Подготовка медиапрезентаций Составление обобщающей таблицы
2	Виды проектной документации: техническое задание, креативный бриф, бизнес-план, соглашение, договор, контракт, их составляющие.	ПК-1 ПК-3	Составление конспекта Составление обобщающей таблицы

3	Последовательность и параллельность осуществления этапов коммуникационной кампании или мероприятия. Распределение функций между участниками проектной команды. Внутренние коммуникации.	ПК-2 ПК-3	Подготовка докладов
4	Особенности исследовательского этапа при организации коммерческой, политической или социальной кампании или мероприятия. Формализованное исследование. Виды социологических и маркетинговых исследований.	ПК-1 ПК-2	Составление плана-конспекта Выполнение кейс-задачи по группам
5	Составление сценария коммуникационной кампании или мероприятия. Визуальные и креативные решения в PR-деятельности. Факторы, влияющие на выбор стратегического подхода в коммуникационной кампании.	ПК-1 ПК-2 ПК-3	Выполнение творческих заданий
6	Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации. Формы работы со СМИ. Разновидности PR-текстов.	ПК-1 ПК-3	Подготовка докладов Составление терминологического словаря Выполнение творческого задания
7	Проблема организации специальных событий и коммуникаций.	ПК-2 ПК-3	Составление плана-конспекта.
8	Модели оценки эффективности PR-деятельности. Качественная и количественная оценка эффективности.	ПК-1	Выполнение кейс-задачи.

### **Критерии и шкала оценивания докладов**

Оценка	Критерии оценки
«зачтено»	<i>Доклад создан с использованием компьютерных технологий (презентация Power Point, Flash–презентация, видео-презентация и др.) Используются дополнительные источники информации. Содержание заданной темы раскрыто в полном объеме. Отражена структура доклада (вступление, основная часть, заключение, присутствуют выводы и примеры). Оформление работы, соответствует предъявляемым требованиям. Оригинальность выполнения (работа сделана самостоятельно, представлена впервые)</i>
«не зачтено»	<i>Доклад сделан устно, без использования компьютерных технологий. Содержание доклада ограничено информацией. Заданная тема доклада не раскрыта, основная мысль сообщения не передана.</i>

### **Критерии и шкала оценивания индивидуальных творческих заданий**

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
<i>«зачтено»</i>	<i>Обучающийся правильно выполнил индивидуальное творческое задание. Показал отличное владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.</i>
<i>«не зачтено»</i>	<i>При выполнении индивидуального творческого задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Допущено множество неточностей.</i>

***Критерии и шкала оценивания обобщающей, сравнительной таблицы, плана-конспекта как итога работы с текстом, дискурсом СМИ по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации***

Умение проводить смысловую группировку текста, дискурса СМИ выделять основополагающие идеи	1 балл
Умение подкреплять выделенные в тексте смысловые блоки соответствующей иллюстративной базой	1 балл
Умение формулировать оценочные суждения, свою точку зрения	1 балл
<b>Оценка:</b>	
<b>«Зачтено»</b>	<b>3 балла</b>
<b>«Не зачтено»</b>	<b>1 балл</b>

***Критерии оценивания презентаций***

<i>Оценка</i>	<i>Название критерия</i>	<i>Оцениваемые параметры</i>
<i>«зачтено»</i>	<i>Тема презентации</i>	<i>Соответствие темы программе учебного предмета, раздела</i>
	<i>Дидактические и методические цели и задачи презентации</i>	<i>Соответствие целей поставленной теме Достижение поставленных целей и задач</i>
	<i>Выделение основных идей презентации</i>	<i>Соответствие целям и задачам Содержание умозаключений Количество (рекомендуется для запоминания аудиторией не более 4-5)</i>
	<i>Содержание</i>	<i>Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях Язык изложения материала понятен аудитории Актуальность, точность и полезность содержания</i>
	<i>Подбор информации для создания проекта – презентации</i>	<i>Графические иллюстрации для презентации Диаграммы и графики Экспертные оценки Примеры Сравнения Цитаты и т.д.</i>
	<i>Подача материала проекта – презентации</i>	<i>Хронология Приоритет Тематическая последовательность Структура по принципу «проблема-решение»</i>

<i>Логика и переходы во время проекта – презентации</i>	<i>От вступления к основной части От одной основной идеи (части) к другой От одного слайда к другому Гиперссылки</i>
<i>Заключение</i>	<i>Яркое высказывание - переход к заключению Повторение основных целей и задач выступления Выводы Подведение итогов Короткое и запоминающееся высказывание в конце</i>
<i>Дизайн презентации</i>	<i>Шрифт (читаемость) Корректно ли выбран цвет (фона, шрифта, заголовков)</i>
<i>Техническая часть</i>	<i>Грамматика Подходящий словарь Наличие ошибок правописания и опечаток</i>
<i>«не зачтено»</i>	<i>Выполнение менее 60% оцениваемых параметров</i>

### **Критерии оценивания кейс-задач**

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>
<b>«отлично»</b>	<i>Обучающийся излагает материал логично, грамотно, без ошибок; свободно владеет профессиональной терминологией; умеет высказывать и обосновать свои суждения; дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; организует связь теории с практикой работы PR. Выстраивает эффективную коммуникацию с аудиторией.</i>
<b>«хорошо»</b>	<i>Обучающийся грамотно излагает материал; ориентируется в материале; владеет профессиональной терминологией; осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности и слабо подкреплена опытом медийной работы. Затрудняется заинтересовать слушателей проблематикой кейса, тем не менее, вовлекает их в коллективную работу.</i>
<b>«удовлетворительно»</b>	<i>Обучающийся излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; обнаруживается недостаточно глубокое понимание предлагаемого материала. Не способен предложить аудитории варианты конкретных проблемных ситуаций профессиональной деятельности в рамках заявленной темы.</i>
<b>«неудовлетворительно»</b>	<i>В ответе обучающийся проявляет незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для формулирования и разрешения проблемной ситуации в профессиональной деятельности</i>

### **Критерии и шкала оценивания терминологического словаря**

<b>Критерий</b>	<b>Оценка</b>
<i>В словаре представлено более 15 терминов, все соответствуют теме. Словарные статьи информативны. Указаны</i>	<b>«Зачтено»</b>

<i>источники. Приведены примеры. Отсутствуют логические и орфографические ошибки.</i>	
<i>В словаре представлено менее 15 терминов, 50 % не соответствуют теме, содержание словарных статей краткое, присутствуют логические и орфографические ошибки. Отсутствуют примеры, не указаны источники.</i>	<i>«Не зачтено»</i>

### **2.3. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

<i>Шкала оценивания</i>	<i>Критерии оценивания</i>	<i>Уровень освоения компетенций</i>
<i>«зачтено»</i>	<i>Обучающийся правильно ответил на теоретические вопросы. Показал отличные знания в рамках учебного материала. Правильно выполнил практические задания. Ответил на все дополнительные вопросы</i>	<i>Эталонный</i>
	<i>Обучающийся с небольшими неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал хорошие знания в рамках учебного материала. С небольшими неточностями выполнил практические задания. Ответил на большинство дополнительных вопросов</i>	<i>Стандартный</i>
	<i>Обучающийся с существенными неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала. С существенными неточностями выполнил практические задания. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы</i>	<i>Пороговый</i>
<i>«не зачтено»</i>	<i>Обучающийся при ответе на теоретические вопросы и при выполнении практических заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов</i>	<i>Компетенции не сформированы</i>

**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**

#### **3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости**

##### **Перечень тем для докладов, сообщений:**

1. Последовательность и параллельность осуществления этапов коммуникационных кампании и мероприятий.
2. Проектная команда.

3. Функции участников проектной команды.
4. Коммуникации внутри проектной команды.
5. Медиаплан: понятие и функции.
6. Медиаплан: стратегии и каналы распространения
7. Требования, предъявляемые к медиа-плану.
8. Оптимизация медиаплана.
9. Формы работы со СМИ: пресс-конференция, брифинг, презентация, пресс-тур, превью, круглый стол, интервью, фото-, телесессия.

**Обобщающая таблица «Сходства и различия коммуникационной кампании, PR-проекта и PR-акции»**

	<b>Коммуникационная кампания</b>	<b>PR-проект</b>	<b>PR-акция</b>
<b>Цели и задачи реализации</b>			
<b>Технологии и инструменты реализации</b>			
<b>Сроки проведения</b>			

**ВЫВОД:** \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Обобщающая таблица «Виды проектной документации»**

<b>Вид документа</b>	<b>Основные характеристики</b>	<b>Правила подготовки</b>
техническое задание		
креативный бриф		
бизнес-план		
медиа-план		
соглашение		
договор		
контракт		

**Перечень тем для подготовки медиапрезентаций:**

1. Пример коммерческой коммуникационной кампании или мероприятия из мировой практики/ из отечественной практики.
2. Пример политической коммуникационной кампании или мероприятия из мировой практики/ из отечественной практики.
3. Пример социальной коммуникационной кампании или мероприятия из мировой практики/ из отечественной практики.
4. Пример региональной коммуникационной кампании или мероприятия.

**Терминологический словарь на тему «Разновидности PR-текстов»**

В отдельной тетради необходимо в алфавитном порядке прописать термины, относящиеся к выбранной теме, и их краткую характеристику. В конце обязательно указать пример.

***Творческое задание по теме «Разновидности PR-текстов»***

Из практики выбрать пример PR-кампании и составить для нее три PR-текста (на выбор) в соответствии с целями и задачами кампании.

***Творческое задание по теме «Сценарий коммуникационной кампании»***

Придумать сценарий коммерческой, политической, социальной кампании или мероприятия (на выбор), используя визуальные и креативные решения.

***Кейс-задача по теме «Реализация и оценка эффективности коммуникационной кампании»***

Проанализировать региональную кампанию или мероприятие, реализованное в течение года, опираясь на **план анализа:**

1. Название кампании.
2. Организаторы.
3. Дата и место проведения.
4. Цели и задачи кампании.
5. Аудитория кампании.
6. Описание хода кампании.
7. Используемые технологии, приемы и средства PR.
8. Информационное сопровождение кампании.
9. Оценка эффективности.

Результаты анализа предоставляются в виде печатного текста, при необходимости могут использоваться иллюстрации.

***Кейс-задача по теме «Исследовательский этап кампании»***

Общественная палата планирует повысить уровень информированности целевой аудитории о своей деятельности и планирует провести ряд акций и проектов, направленных на развитие гражданского общества в регионе.

**Задание:** провести ситуационный анализ (анализ внутренней и внешней среды, анализ групп общественности).

**3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации**

***В данном разделе представляются теоретические вопросы (для оценки знаний), типовые контрольные задания (для оценки умений), типовые практические задания (для оценки навыков и (или) опыта деятельности).***

***Вопросы к зачету***

1. Понятие коммуникационной кампании и коммуникационного мероприятия.
2. Разновидности PR-кампаний, их цели и задачи.
3. Формы организации кампаний и мероприятия.

4. Специфика планирования и реализации кампаний в различных сферах деятельности.
5. Базисный субъект PR.
6. Техничко-экономическое обоснование кампании или мероприятия.
7. Рабочий план и план-график.
8. Виды проектной документации и их составляющие.
9. Принципы организации и проведения коммуникационной кампании или мероприятия.
10. Организационные и материально-технические основы проведения кампании по связям с общественностью.
11. Основные этапы реализации кампании в сфере PR.
12. Подготовительный и исследовательский этап.
13. Этап планирования и реализации коммуникационной кампании или мероприятия.
14. Этап оценки эффективности кампании и мероприятия.
15. Презентация кампании.
16. Целевые аудитории, их классификация. Подходы к описанию целевых групп.
17. Бюджет кампании или мероприятия.
18. Понятие проектной команды. Внутренние коммуникации.
19. Особенности исследовательского этапа. Методы социологических и маркетинговых исследований.
20. Ситуационный анализ.
21. SWOT – анализ.
22. Стратегия и тактика коммуникационной кампании и мероприятия. Общая концепция.
23. Творческий аспект стратегии.
24. Инструменты для реализации кампании или мероприятия.
25. Понятие информационного поля.
26. Медиапланирование. Формы работы со СМИ.
27. PR-текст и его разновидности.
28. Медиакарта и ее использование.
29. Основные PR-технологии.
30. Специальные события и мероприятия PR.
31. Модели оценки эффективности PR-деятельности.
32. Качественная и количественная оценка эффективности.
33. Методика определения промежуточных и результирующих итогов.

**4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов**

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Составление обобщающей таблицы,	<i>Обобщающая таблица, конспект могут быть предложены студентам для составления на практическом занятии или во внеучебное время после изучения конкретной темы. Преподаватель</i>

конспекта: организация работы с различным типом текстов по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации	<i>на занятии доводит до сведения студентов название обобщающей таблицы, тему конспекта и знакомит с критериями оценивания. Преподаватель предлагает учащимся опорные конструкты таблицы, позволяющие студентам в процессе работы с учебной литературой и эмпирическим материалом структурировать научные и практические данные. В назначенный срок студенты сдают выполненные задания на проверку.</i>
Доклад	<i>Защита докладов предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводится во время практических занятий. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему докладов и требования, предъявляемые к их выполнению и защите</i>
Творческое задание	<i>Индивидуальные творческие задания выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Индивидуальные задания должны быть выполнены в установленный преподавателем срок и в соответствии с требованиями к оформлению (текстовой и графической частей). Выполненные задания в назначенный срок сдаются на проверку.</i>
Медиапрезентация	<i>Защита медиапрезентаций, предусмотренных рабочей программой дисциплины, проводится во время практических занятий. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему презентаций и требования, предъявляемые к их выполнению и защите. Выполненное задание предъявляется студентом на занятии по изучению предлагаемой темы.</i>
Кейс-задача	<i>Преподаватель не менее, чем за неделю до срока решения кейс-задач должен довести до сведения обучающихся предлагаемые кейс-задачи. Решенные кейс-задачи в назначенный срок сдаются на проверку преподавателю.</i>
Терминологический словарь	<i>Составление терминологического словаря может быть предложено студентам для составления во внеучебное время после изучения конкретной темы. Преподаватель на занятии сообщает студентам название словаря, перечисляет источники информации и знакомит с критериями оценки задания. Готовые словари в назначенный срок сдаются преподавателю на проверку.</i>

#### **4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации**

##### **Зачет**

При определении уровня достижений обучающихся на зачете учитывается:

- знание программного материала и структуры дисциплины;
- знания, необходимые для решения типовых задач, умение выполнять предусмотренные программой задания;
- владение методологией дисциплины, умение применять теоретические знания при решении задач, обосновывать свои действия.

Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать индивидуальный балл студента по дисциплине по результатам текущего контроля, реализуемого в форме балльно-рейтинговой системы оценивания, т.к. оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Преподаватель высчитывает индивидуальный балл как сумму баллов текущего и итогового контроля.

Европейская	100-балльная	4-балльная	2-балльная
A	94-100	отлично	зачтено
A-	90-94		
B+	85-89		
B	80-84	хорошо	
B-	75-79		
C+	70-74		
C	65-69	удовлетворительно	
C-	60-64		
D	55-59		
F	50-54	неудовлетворительно	

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета на основе балльно-рейтинговой системы оценивания, то обучающийся сдает зачет, который проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов. Перечень теоретических вопросов обучающиеся получают в начале семестра.