

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине

**«Организация и проведение кампаний в сфере связей с  
общественностью»**

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>ОПК-4</b> Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия								
Б1.Б26 Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью					+	+	+	
Б1.В.ДВ.10.1 PR-проекты и их реализация							+	
Б2.У Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		+						
Б3. Государственная итоговая аттестация								+
Этапы формирования компетенций		1			2	3	4	5
<b>ОПК-5</b> Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия								
Б1.Б26 Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью					+	+	+	
Б1.В.ДВ.10.1 PR-проекты и их реализация							+	
Б2.П2 Научно-исследовательская работа						+		
Б3. Государственная итоговая аттестация								+
Этапы формирования компетенций					1	2	3	4
<b>ПК-1</b> Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью								
Б1.Б26 Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью					+	+	+	

Б1.Б18 Основы менеджмента		+						
Б1.Б19 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью								+
Б1.Б24 Коммуникативные основы брендинга							+	+
Б1.Б25 Теория и практика создания имиджа							+	+
Б1.Б31 Основы репутационного менеджмента						+		
Б1.В.ДВ.11.2 Планирование и осуществление коммуникативных кампаний и мероприятий							+	
Б2.Пд Преддипломная практика								+
Б3. Государственная итоговая аттестация								+
Этапы формирования компетенций		1			2	3	4	5
<b>ПК-2 Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы</b>								
Б1.Б26 Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью					+	+	+	
Б1.Б19 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью								+
Б1.Б24 Коммуникативные основы брендинга							+	+
Б1.Б25 Теория и практика создания имиджа							+	+
Б1.Б31 Основы репутационного менеджмента						+		
Б1.В.ДВ.11.2 Планирование и осуществление коммуникативных кампаний и мероприятий							+	
Б3. Государственная итоговая аттестация								+
Этапы формирования компетенций					1	2	3	4

**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>ОПК-4</b>	Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Умение планировать и организовывать под контролем кампании и мероприятия в сфере связей с общественностью, учитывая характеристики целевой аудитории и особенности базисного субъекта PR.</li> <li>2. Умение применять традиционные и современные технологии, психологические методы и техники при организации и проведении кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью.</li> <li>3. Способность осуществлять исследования на этапе подготовки кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью.</li> </ol>

В рамках данной дисциплины формируется компетенция ОПК-4

<i><b>Индекс компетенции</b></i>	<i><b>Компетенция</b></i>	<i><b>Компоненты</b></i>
<b>ОПК-5</b>	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Способность участвовать в обеспечении внутренней и внешней коммуникации – устанавливать, поддерживать и развивать эффективную массовую коммуникацию, коммуникацию со СМИ.</li> <li>2. Умение подготавливать и организовывать специальные мероприятия, обеспечивающие эффективность кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью.</li> <li>3. Способность контролировать все этапы проведения кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью.</li> </ol>

В рамках данной дисциплины формируется компетенция ОПК-5

<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 связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Способен эффективно применять полученные знания и навыки в работе для достижения целей и задач служб и подразделений.
-------------	--	---

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	Способен оценивать риски, прошлый опыт и составлять краткосрочные и долгосрочные планы своей профессиональной деятельности и деятельности фирм.

В рамках данной дисциплины формируется компетенция ПК-2

### ***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 (промежуточн
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
<b>ОПК-4</b>	Знать	– основные научные подходы к проектированию в рекламе и PR;	– основные требования к разработке и реализации кампаний в сфере связей с общественностью; – формы и методы организации и проведения проектов в сфере связей с общественностью;	– практические и теоретические принципы организации и реализации проектов в области коммерческого, политического и социального PR;	Доклад

	Уметь	– применять современные информационные технологии при организации и проведении кампаний в сфере связей с общественностью;;	– разрабатывать и реализовывать проекты в области рекламы и PR; – использовать технологии проведения социологических и маркетинговых исследований;	– объяснять особенности организации и проведения проектов в области коммерческого, политического и социального PR;	План-конспект
	Владеть	– традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; – основными требованиями к разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;	– способностью разрабатывать и оформлять кампании в сфере связей с общественностью; – методами проведения социологических и маркетинговых исследований;	– умениями планировать и реализовывать кампании в сфере связей с общественностью;; – учитывая особенности коммерческого, политического и социального PR;	Кейс - задача
ОПК-5	Знать	– коммуникативные приемы и современные информационные технологии;	– основные требования по реализации PR-проектов;	– медиа-аспект стратегии кампаний в сфере связей с общественностью;;	План - конспект
	Уметь	– применять коммуникативные приемы при проведении кампаний в сфере связей с общественностью;	– проводить проекты в области рекламы и PR;	– разрабатывать медиа-стратегию кампании в сфере связей с общественностью;	Творческое задание
	Владеть	– способами эффективного использования методов проектирования в профессиональной деятельности;	– способностью разрабатывать и оформлять кампании в сфере связей с общественностью;;	– навыками презентации кампании в сфере связей с общественностью;	Доклад План-конспект
ПК-1	Знать	Основные технологии имиджирования	Методы и способы формирования общественного мнения, личностного и корпоративного имиджа	Принципы формирования корпоративной идентичности	Доклад, сообщение
	Уметь	– анализировать проводимую организацией коммуникационную политику;	– анализировать целевые аудитории и определять стратегии их убеждения;	– разрабатывать проекты коммуникационных кампаний в сфере	Творческие задания

				связей с общественностью;	
	Владеть	– навыками проведения ситуационного анализа	– методами и технологиями оптимизации кампаний в сфере связей с общественностью;	– психологическими методами воздействия на массовую аудиторию;	Разноуровневые задания
ПК-2	Знать	– предмет, определения, виды и типы кампаний в сфере связей с общественностью;	– основные элементы коммуникационных процессов;	– особенности межличностного и межкультурного взаимодействия;	Разноуровневые задания
	Уметь	– осуществлять текущее планирование в соответствии со стратегией развития организации;	– разрабатывать проекты различной направленности для решения внутренних и внешних задачи организации;	– осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, в соответствии со стратегией развития организации;	Доклад, сообщение
	Владеть	– основами организации проведения кампаний в сфере связей с общественностью.	– методами и навыками разработки рекламных и ПР-стратегий.	– приемами и инструментами управления кампаниями в сфере связей с общественностью.	Круглый стол, полемика, дискуссия

## 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 обучающихся 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.

Модуль	Номер раздела	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства**
1	1	Основные типы и виды коммуникационных кампаний.	ОПК-4, ПК-1, ПК-2;	Доклад, сообщение; Участие в игре

	2	Типы кампаний в сфере связей с общественностью.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1;	Круглый стол; Доклад, сообщение
2	3	Основные этапы организации и проведения PR-кампаний.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Кейс-технологии; Контрольная работа
	4	Планирование и бюджетирование кампаний по связям с общественностью	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Доклад; План-конспект
3	5	Основные технологии PR-кампаний.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1;	Творческие задания; Кейс-задачи
	6	Антикризисные кампании.	ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Творческая презентация
4	7	Мотивационные кампании.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Доклад, сообщение; Круглый стол
	8	Политические кампании.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1;	Кейс-технологии; Контрольная работа
5	9	Стратегия PR-кампании.	ОПК-4, ПК-1, ПК-2;	Презентация; Дискуссия
	10	Собственные мероприятия и мероприятия сторонних организаций.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Доклад, презентация; Контрольная работа
6	11	Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Творческое задание
	12	PR-кампании в рамках развития бренда.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Круглый стол; Доклад, сообщение
7	13	Медиа-аспект в подготовке и проведении PR-кампаний.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Доклад; План-конспект
	14	Завершение PR-кампаний.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Контрольная работа; Доклад, сообщение
8	15	Оценка эффективности PR-кампаний.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Доклад, сообщение; Участие в игре

	16	Влияние PR-кампаний на имидж, репутацию и развитие организации.	ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2;	Творческие задания; Кейс-задачи
--	----	---	------------------------------------	------------------------------------

***Критерии и шкала оценивания сообщения и доклада***

Понимание проблемы, стремление разъяснить ее суть с научных позиций, содержание заданной темы раскрыто в полном объеме	2 балла
Умение интересно подать материал, наличие личностного отношения к нему	2 балла
Грамотность и логичность изложения материала.	2 балла
Доклад создан с использованием компьютерных технологий (презентация Power Point, Flash–презентация, видео-презентация и др.)	2 балла
Максимальный балл	8 баллов

***Критерии и шкала оценивания контрольной работы***

Обучающийся полностью и правильно выполнил задания контрольной работы	4 балла
Отмечается творческий подход при выполнении заданий контрольной работы	3 балла
Ответы на вопросы аргументированы и конкретны	3 балла
Точно даны все формулировки и определения понятий	2 балла
Максимальный балл	12 баллов

***Критерии и шкала оценивания кейса, ролевой игры, творческого проекта***

Выбранная методика актуальна, представлен подробный план-конспект, в котором отражены пути решения проблемы, возможные варианты ответов;	7 баллов
Отмечается творческий подход при подготовке к защите решения	4 балла
Приведены подобные примеры из практики	3 балла
Точно даны все формулировки и определения понятий	2 балла
Максимальный балл	16 баллов

***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 четырехбалльная шкала: «Отлично», «Хорошо», «Удовлетворительно», «Неудовлетворительно» и двухбалльная шкала: «Зачтено», «Не зачтено». В седьмом семестре предусмотрен зачет, восьмом семестре предусмотрен экзамен.

Шкала оценивания		Критерии	Уровень освоения компетенций
Зачтено	Отлично	Наличие глубоких и исчерпывающих знаний в объеме пройденного программного материала, правильные и	Эталонный

		уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание дополнительно рекомендованной литературы	
	Хорошо	Наличие твердых и достаточно полных знаний программного материала, незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала	Стандартный
	Удовлетворительно	Наличие твердых знаний пройденного материала, изложение ответов с ошибками, уверенно исправляемыми после дополнительных вопросов, необходимость наводящих вопросов, правильные действия по применению знаний на практике	Пороговый
Не зачтено	Не-удовлетворительно	Наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.	Компетенции не сформированы

### **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**

##### **Темы докладов, сообщений, презентаций**

1. Пассивная, активная, целевая аудитория.
2. Приоритетные группы общественности.
3. Способы выделения приоритетных групп общественности.
4. Формирование общественного мнения и удовлетворение ожиданий общественности.
5. Сравнительный анализ алгоритмов PR - и рекламной кампаний.
6. Алгоритм процесса разработки, организации и осуществления PR-кампании.
7. Основные этапы PR-кампании.
8. Типология PR-кампаний.
9. Опосредованное информирование о мероприятии.
10. Личное информирование о мероприятии.
11. Основные требования к месту проведения мероприятия.
12. Оформление помещения.
13. Организация пространства.
14. Юридические вопросы, связанные с выбором мест мероприятий.
15. Сценарий (программа): подготовка, согласование. Влияние будущего сценария на выбор места мероприятия.
16. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации.
17. Информирование целевых аудиторий о планируемом мероприятии.

18. Работа с персоналом при подготовке и проведении мероприятий.
19. Подбор, инструктаж, контроль за работой.
20. Собственный и привлеченный персонал. Этапы работы с персоналом
21. VIP-лица, участвующие в мероприятии.
22. Действия после мероприятия по закреплению результатов и оценке его эффективности.
23. Благотворительность и спонсорство.
24. Специальные оригинальные мероприятия.
25. Мероприятия с использованием баз данных.
26. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах.
27. Презентации: виды, подготовка, предоставление информации.
28. Семинары и конференции: работа выступающих и участников.
29. Выставки и экспозиции: подготовка стендов и персонала.
30. Рассылка благодарственных писем как форма закрепления результатов.
31. Обработка и анализ результатов мероприятия.
32. Совместная деятельность подразделений после мероприятий.

### **Кейс-задачи**

1. Условие. Создана новая Федерация по виду спорта, который еще не получил достаточного распространения и признания в нашей стране.  
Задача. Предложить систему промоушн-мероприятий, которые бы обеспечили хорошие стартовые условия для активного развития данного вида спорта, для нахождения необходимых спонсоров, для утверждения статуса Федерации.
2. Условие. Возникла конфликтная ситуация между представителями Общественной Палаты края и инициативной группой граждан, требующей смещения руководства.  
Задача. Опишите план и программу действий отдела по связям с общественностью Общественной Палаты для разрешения конфликтной ситуации.
3. Условие. Руководство компании, в которой вы работаете, озаботилось вопросом укрепления корпоративной культуры.  
Задача. Предложите проект развития корпоративной культуры в организации с помощью плана мероприятий на год.
4. Условие. Компания, выпускающая промышленные товары, готовит к выпуску новый продукт (современный и пока единственный на рынке).  
Задача. Предложите комплекс мероприятий для создания заинтересованности у целевой аудитории и успешной презентации продукта.
7. Условие. В общеобразовательной школе планируется провести спортивный праздник.  
Задача. При отсутствии собственных административных ресурсов и ограниченного бюджета, предложите технологию привлечения внимания СМИ к данному мероприятию.

### **Содержание теоретических вопросов контрольных работ**

1. Имиджевые характеристики мест проведения встреч с общественностью.
2. Технологические характеристики мест мероприятий.
3. Организация и оформление пространства.
4. Юридические вопросы, связанные с выбором мест мероприятий
5. Опосредованное информирование о мероприятии.
6. Личное информирование о мероприятии.
7. Смешанный вариант информирования.
8. Стадии (этапы) процессов информирования.
9. Сценарий (программа): подготовка, согласование.
10. Влияние будущего сценария на выбор места мероприятия.
11. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах.
12. Собственный персонал: определение требований к количеству и профессиональному уровню.

13. Привлеченный персонал: агентство, индивидуальные сотрудники.
14. VIP-участники: работа до и во время мероприятия.
15. Этапы работы с персоналом
16. Рассылка благодарственных писем как форма закрепления результатов.
17. Обработка и анализ результатов мероприятия
18. Совместная деятельность подразделений после мероприятий
19. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации
20. Презентации: виды, подготовка, предоставление информации
21. Семинары и конференции: работа выступающих и участников
22. Выставки и экспозиции: подготовка стендов и персонала

### **Примерные темы курсовых работ**

1. Технологии рекламно-информационного воздействия при проведении коммуникационных кампаний
2. Рекламные технологии в сети Интернет
3. PR-технологии в политической сфере
4. Особенности инструментов PR в долгосрочной перспективе
5. Связи с общественностью и их роль в инвестиционной сфере
6. PR и ценностные ориентации общества
7. Социальная реклама: региональный аспект
8. Антикризисный менеджмент в организации мероприятий
9. Измерение эффективности социальных мероприятий

## ***3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации***

### **Вопросы к экзамену (зачету)**

1. Что такое социальный проект? Перечислите виды социальных проектов.
2. В чем заключаются особенности жизненного цикла социального проекта?
3. Чем проект отличается от прогноза, плана, программы, концепции, стратегии?
4. Перечислите основные форматы проектной деятельности и проанализируйте их особенности.
5. Дайте определение понятий «кампания», «мероприятие», «акция».
6. В чем заключается специфика рекламных и PR-кампаний в сфере бизнеса?
7. Назовите и проанализируйте формы организации рекламных и PR-кампаний.
8. Каким образом формируются рейтинги рекламных и PR-агентств.
9. Охарактеризуйте основные этапы проектирования рекламной и PR-кампании.
10. Как можно организовать кампанию по формуле RACE?
11. Каким образом производится аудит заказчика?
12. Сравните методику проведения SWOT-анализа и PEST-анализа.
13. Основные цели анализа конкурентов.
14. Для чего используется ситуационный анализ, контент-анализ, анализ медийной повестки дня, ивент-анализ?
15. Какие существуют методы прогнозирования негативных последствий от нерешенной проблемы или нереализованной возможности?
16. В чем заключаются особенности постановки целей и задач рекламной и PR-кампании?
17. Каким образом классифицируются цели кампании?
18. Раскройте понятия целевой аудитории и ключевых целевых групп рекламной и PR-кампании.
19. Дайте характеристику количественным и качественным методам исследования целевой аудитории.
20. С какой целью применяется метод экспертных оценок?
21. В чем заключается метод фокус-групп?

22. Перечислите виды и особенности стратегий рекламных и PR-кампаний.
23. Дайте характеристику событийному и информационному планированию.
24. Что такое информационный повод?
25. Какова специфика работы со СМИ в режиме планирования и организации рекламной и PR-кампании?
26. Каким образом происходит распределение функций между участниками проектной команды?
27. Какие типы мероприятий организуются в ходе проведения рекламной и PR-кампании?
28. Что собой представляют псевдособытия и какова их роль в планировании и организации рекламных и PR-кампаний?
29. В чем заключаются особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных и PR-кампаний?
30. Охарактеризуйте основные статьи расходов бюджета рекламной и PR-кампании.
31. Проанализируйте специфику малобюджетных рекламных и PR-кампаний.
32. Что подразумевается под эффективностью проекта рекламной и PR-кампании?
33. Каковы критерии и показатели оценки эффективности?
34. Какие существуют методики измерения показателей оценки эффективности?

#### **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
Доклад, сообщение	Защита докладов, подготовка сообщений, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся во время практических занятий. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему докладов, сообщений и требования, предъявляемые к их выполнению и защите. Выполненное задание предъявляется студентом на занятии по изучении предлагаемой темы.
Контрольная работа	Контрольные работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся во время практических занятий. Во время выполнения КР пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения КР, доводит до обучающихся: тему КР, количество заданий в КР, время выполнения КР
Разноуровневые задачи и задания	Задания творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может

	<p>быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности обучающихся. Во время выполнения заданий студент может пользоваться планами проведения трех видов анализов. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию решения заданий творческого уровня, доводит до обучающихся: сроки выполнения, тематику заданий, план выполнения заданий.</p>
--	---

### Методика оценки деятельности студента

Модуль	Номер раздела	Процедура оценивания*	Оценка	
			<i>min</i>	<i>max</i>
<b>5 семестр</b>				
1	1	Доклад, сообщение; Участие в игре; Посещение занятий	5 2 1	8 7 2
	2	Доклад, сообщение; Контрольная работа; Посещение занятий	5 7 1	8 12 2
2	3	Доклад, сообщение; Контрольная работа; Посещение занятий	5 7 1	8 12 2
	4	Доклад, сообщение; Контрольная работа; Посещение занятий	5 7 1	8 12 2
3	5	Доклад, сообщение; Контрольная работа; Посещение занятий	3 5 1	8 7 2
			<b>56</b>	<b>100</b>
<b>6 семестр</b>				
3	6	Доклад, сообщение; Решение кейс-задачи; Посещение занятий	5 5 1	7 10 2
		Доклад, сообщение; Творческий проект; Посещение занятий	5 5 1	7 13 2
4	7	Доклад, сообщение; Творческий проект; Посещение занятий	5 5 1	7 13 2
	8	Доклад, сообщение; Творческий проект; Посещение занятий	5 5 1	7 13 2
5	9	Доклад, сообщение; Творческий проект; Посещение занятий	5 5 1	7 12 2
	10	Доклад, сообщение; Творческий проект; Посещение занятий	5 5 1	7 8 1
			<b>55</b>	<b>100</b>
<b>7 семестр</b>				
6	11	Доклад, сообщение; Участие в игре; Посещение занятий	4 2 1	6 5 2

	12	Доклад, сообщение; Контрольная работа; Посещение занятий	4 5 1	6 9 2
7	13	Доклад, сообщение; Контрольная работа; Посещение занятий	4 5 1	6 9 2
	14	Доклад, сообщение; Контрольная работа; Посещение занятий	4 5 1	6 9 2
8	15	Доклад, сообщение; Контрольная работа; Посещение занятий	4 5 1	6 10 2
	15	Доклад, сообщение; Контрольная работа; Посещение занятий	4 5 1	6 10 2
			<b>57</b>	<b>100</b>

#### ***4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации Экзамен (зачет)***

При определении уровня достижений обучающихся на экзамене и зачете обращается особое внимание на следующее:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной дисциплины и междисциплинарных связей;
- ответ формулируется в терминах дисциплины, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию обучающегося;
- теоретические постулаты подтверждаются примерами из практики.

Основные виды систем оценок

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		

F-	0-49	неудовлетворительно	не зачтено
----	------	---------------------	------------

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