

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной  
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Дисциплина:** Учебно-исследовательская работа студентов  
(наименование)

**Форма обучения:** очная  
(очная/очно-заочная/заочная)

**Уровень высшего образования:** бакалавриат  
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

**Общая трудоёмкость:** 288 (8)  
(часы (ЗЕ))

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(код и наименование направления)

**Направленность:** Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)  
(наименование образовательной программы)

# 1. Общие положения

## 1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4); разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты (ПКО-2).

Задачи:

формирование знаний:

- применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;
- проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные);
- разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта;
- разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справ-ки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию;
- разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ;
- отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

формирование умений:

- технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирай-тинг и пр.);
- технологии работы с контентом (основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности);
- принципы и этапы организации рекламных и PR проектов;
- основные методы проектного планирования;
- инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.);
- процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных.

формирование навыков:

- применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации;
- определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации;
- разработки рекламных акций по стимулированию продаж;
- бюджетирования проектов;
- определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.);
- разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.;
- копирайтинга;
- медиа-планирования;
- деловых переговоров;
- ведения прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.);
- оценки эффективности коммуникационных продуктов;
- использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средства и программного обеспечения.

## 1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- Поисквые системы и базы цитирования
- MS Word
- MS Excel
- MS Powerpoint
- Научный текст. Технология работы с научным текстом.
- Презентация.
- Публичная защита.
- Целевые аудитории.
- Каналы коммуникации.
- Проектная деятельность

## 1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения базового курса обществознания основной образовательной программы среднего общего образования, а также базовых курсов Культура речи: эффективные коммуникации; Основы рекламной коммуникации; Введение в специальность; Основы журналистики; Психология; Риторика и ораторское искусство основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Связи с общественностью и реклама».

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
-------------	-------------------	---	--	-----------------

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-4	ИД-1ОПК-4	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирай-тинг и пр.);</li> <li>- технологии работы с контентом (основные информационно-коммуникационные техноло-гии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессио-нальной деятельности);</li> <li>- принципы и этапы организации рекламных и PR проектов;</li> <li>- основные методы проектного планирования;</li> <li>- инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.);</li> <li>- процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных.</li> </ul>	<p>Знает методы исследования потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>	Дифференцированный зачет
ОПК-4	ИД-2ОПК-4	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;</li> <li>- проводить и интерпретировать</li> </ul>	<p>Умеет применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта;</li> <li>- разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&amp;A и пр.), включая разработку контента, визуализацию;</li> <li>- разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ;</li> </ul>		
ОПК-4	ИД-3ОПК-4	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</li> <li>- разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации;</li> <li>- определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации;</li> <li>- разработки рекламных акций по стимулированию продаж;</li> <li>- бюджетирования</li> </ul>	<p>Владеет навыками</p> <p>применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>проектов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.);</li> <li>- разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.;</li> <li>- оценки эффективности коммуникационных продуктов;</li> </ul>		
ПКО-2	ИД-1ПКО-2	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирай-тинг и пр.);</li> <li>- технологии работы с контентом (основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности);</li> <li>- принципы и этапы организации рекламных и PR проектов;</li> <li>- основные методы проектного планирования;</li> <li>- инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.);</li> <li>- процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных.</li> </ul>	<p>Знает принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; основные методы проектного планирования; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью и маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; методы медиа-планирования; основы бюджетирования; инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.); технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.) ; процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных;</p>	Дифференцированный зачет
ПКО-2	ИД-2ПКО-2	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы исследования с целью</li> </ul>	<p>Умеет проводить внутренние и внешние коммуникационные</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;</p> <p>- проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные);</p> <p>- разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта;</p> <p>- разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&amp;A и пр.), включая разработку контента, визуализацию;</p> <p>- разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ</p>	<p>кампании; продвигать товары (услуги) организации на рынок; проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные);</p> <p>разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта; разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&amp;A и пр.), включая разработку контента, визуализацию;</p> <p>разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ.</p>	
ПКО-2	ИД-3ПКО-2	<p>Владеет навыками</p> <p>- применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и</p>	<p>Владеет навыками разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации;</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации;</li> <li>- определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации;</li> <li>- разработки рекламных акций по стимулированию продаж;</li> <li>- бюджетирования проектов;</li> <li>- определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.);</li> <li>- разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.;</li> <li>- оценки эффективности коммуникационных продуктов;</li> </ul>		



### 3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах			
		Номер семестра			
		1	2	3	4
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	144	36	36	36	36
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:					
- лекции (Л)					
- лабораторные работы (ЛР)					
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	136	34	34	34	34
- контроль самостоятельной работы (КСР)	8	2	2	2	2
- контрольная работа					
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	144	36	36	36	36
2. Промежуточная аттестация					
Экзамен					
Дифференцированный зачет	36	9	9	9	9
Зачет					
Курсовой проект (КП)					
Курсовая работа (КР)					
Общая трудоемкость дисциплины	288	72	72	72	72

### 4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
1-й семестр				
Модуль 1. Информационно-технологическая поддержка создания коммуникационных проектов. Тема 1. Технология портфолио для профессиональной деятельности в технологичной и промышленной сфере.	0	0	4	6
Виды и типы портфолио. Проектирование траектории профессио-нального роста и личностного развития.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 2. Особенности работы современных компьютерных технологий поиска информации	0	0	6	6
Особенности работы современных компьютерных технологий поиска информации, работа с поисковыми системами и сайтами, работа с российскими и международными поисковыми системами и базами цитирования РИНЦ, Scopus, Web of Science и т.п. Получение и анализ данных в открытых поисковых системах, работа с электронными библиотеками; пользование современных компьютерных технологий, открытых поисковых систем и баз цитирования в профессиональной деятельности; индексирование в поисковых системах				
Тема 3. Работа в текстовом редакторе MS Word	0	0	6	4
Работа в текстовом редакторе MS Word: основные возможности MS Word; базовые принципы ввода, редактирования и форматирования текста; создание и редактирование таблиц; работа с графическими объектами; работа с нумерованными и не нумерованными списками				
Тема 4. Работа с большим документом в текстовом редакторе MS Word	0	0	6	6
Работа с большим документом в текстовом редакторе MS Word: стилевая разметка документа с помощью экспресс-стилей; работа со стилями документа: создание, редактирование, копирование из других документов, связь с многоуровневыми списками; создание списков: таблиц, иллюстраций, схем, литературы; работа с оглавлением; рецензирование документов, вставка сносок, примечаний, защита документа; создание перекрестных ссылок на элементы документа; гиперссылки, работа с менеджерами библиографических ссылок; добавление титульной страницы; навигация по документу; работа с разделами документа: разбивка на разделы, применение разделов при работе с документами; создание колонтитулов (разные колонтитулы для разных разделов документа).				
Тема 5. Визуализация данных в MS Excel и Word	0	0	6	8
Визуализация данных в MS Excel и Word: виды диаграмм, их назначение и возможности их использования; создание и форматирование диаграмм; построение и форматирование диаграмм со вспомогательной вертикальной осью; построение и форматирование смешанных диаграмм; построение и форматирование трехмерных диаграмм (поверхности и изолинии).				
Тема 6. Создание презентаций в MS Power Point	0	0	6	6

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Создание презентаций в MS Power Point: основные этапы создания презентации; создание презентации с использованием тем, шаблонов и образцов слайдов; демонстрация презентации: показ слайдов, широкоэкранный показ слайдов, настройка демонстрации, навигация по слайдам, рукописные пометки на слайдах, автоматические презентации; анимационные эффекты; мультимедиа в презентации: вставка звукового файла, речевое сопровождение в презентации, добавление видео (формат AVI, QuickTime и MPEG, Macromedia-flash); встроенные и связанные объекты: работа с графикой, вставка в слайды картинок, вставка рисунка из файла, вставка рисунка с веб-страницы, редактирование изображений, использование таблиц, создание диаграмм, работа с графикой Smart Art, объект Word Art.				
ИТОГО по 1-му семестру	0	0	34	36
2-й семестр				
Модуль 2. Научно-исследовательская поддержка создания коммуникационных проектов. Тема 1. Исследования в сфере рекламы и связей с общественностью	0	0	2	6
Исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Аналитическая деятельность как основа создания, реализации и оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.				
Тема 2. Научный текст	0	0	6	6
Общая характеристика научного стиля. Проблемы компиляции и плагиата. Понятие компиляции и плагиата. Как избежать плагиата. Правила цитирования. Проверка на плагиат. Научный текст, его характеристики, его виды. Содержание и форма разных видов научного текста. Структурная организация научной статьи, тезисов. Аннотация. Ключевые слова. Курсовая работа (проект) – самостоятельное исследование конкретной проблемы. Этапы подготовки и структура курсовой работы. Требования к оформлению курсовой работы. Содержание структурных элементов курсовой работы.				
Тема 3. Технология работы с научным текстом	0	0	6	6
Основные этапы выполнения научной работы. Выбор темы. Составление списка литературы и ее анализ. Печатные и электронные ресурсы. Сбор и анализ материала. Составление плана работы. Апробация работы. Создание текста. Редактирование текста. Графическое редактирование текста. Структура и содержание				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
научной работы. Структура научной работы. Содержание структурных элементов текста: титульный лист, оглавление, введение, основная часть, заключение, список использованной литературы, список используемых сокращений, приложения. Типичные ошибки в структуре и содержании работы. Оформление научной работы. Форматирование. Оформление структурных элементов работы, библиографических ссылок, библиографического списка, используемых сокращений, цитат, таблиц и иллюстраций (рисунков, схем, диаграмм, графиков). Типичные ошибки в оформлении текста работы. Подготовка статьи / тезисов к публикации.				
Тема 4. Научный доклад	0	0	6	6
Научный доклад: характеристика, виды, формы представления. Структура доклада				
Тема 5. Устная презентация	0	0	6	6
Устная презентация как эффективный способ изложения идеи и результатов проведенного исследования. Цель презентации – информирование о содержании исследования, достоверности и обоснованности полученных результатов, рекомендаций. Структура презентации. Типичные ошибки презентаций. Правила и рекомендации				
Тема 6. Публичная защита	0	0	8	6
Публичная защита текста научно-исследовательской работы. Публичный диалог и его специфика в условиях публичной защиты научного исследования				
ИТОГО по 2-му семестру	0	0	34	36
3-й семестр				
Модуль 3. Создание и реализация коммуникационных проектов в сфере рекламы. Тема 1. Цели и задачи проекта в сфере рекламы	0	0	4	4
Цели и задачи проекта в сфере рекламы. Бриф. Проблематика. Актуальность и оригинальность идеи. Цель. Задачи. Максимальная практическая значимость				
Тема 2. Целевые аудитории проекта в сфере рекламы	0	0	6	4
Сегментирование ЦА				
Тема 3. Каналы коммуникации проекта в сфере рекламы	0	0	6	6
Определение каналов коммуникации				
Тема 4. Структура проекта	0	0	6	6
Стратегия, тактика, практические действия				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
(мероприятия (реализованные/план), бюджет (смета), результаты (должны соответствовать задачам, если какие-то не удалось выполнить, необходимо дать анализ причин и возникших в ходе подготовки и реализации проекта проблем), перспективы (как можно развить, улучшить проект, кого еще привлечь, откуда получить новую поддержку и т.д., главное - насколько он жизнеспособен в будущем, чтоб он не был бесполезным, не «умер», даже если его реализацию вы бы передали другой команде в будущем).				
Тема 5. Оценка эффективности	0	0	6	8
Качественные и количественные методы оценки эффективности проекта в сфере рекламы				
Тема 6. Реализация проекта	0	0	6	8
Публичная защита и визуализация проекта, подготовка проекта к полной или частичной реализации, к конкурсу, фестивалю				
ИТОГО по 3-му семестру	0	0	34	36
4-й семестр				
Модуль 4. Создание и реализация коммуникационных проектов в сфере связей с общественностью. Тема 1. Цели и задачи проекта	0	0	4	4
Цели и задачи проекта проекта в сфере связей с общественностью. Бриф.				
Тема 2. Целевые аудитории проекта в сфере связей с общественностью	0	0	6	6
Таргетирование ЦА				
Тема 3. Каналы коммуникации проекта в сфере связей с общественностью	0	0	4	4
Определение каналов коммуникации проекта				
Тема 4. Структура проекта	0	0	6	6
Структура проекта в сфере связей с общественностью				
Тема 5. Оценка эффективности проекта в сфере связей с общественностью	0	0	6	8
Оценка эффективности проекта в сфере связей с общественностью: количественные и качественный методы				
Тема 6. Реализация проекта	0	0	8	8
Публичная защита и визуализация проекта, подготовка проекта к полной или частичной реализации, к конкурсу, фестивалю				
ИТОГО по 4-му семестру	0	0	34	36
ИТОГО по дисциплине	0	0	136	144

## Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	1 семестр. Модуль 1. Информационно-технологическая поддержка создания коммуникационных проектов
2	Основы создания и сбора профессионального портфолио, основы создания резюме
3	Структурирование информации и оформление портфолио
4	Работа с российскими и иностранными поисковыми системами и базами цитирования РИНЦ, Scopus, Web of Science и т.п. Сбор и анализ информации
5	Работа в открытых поисковых системах, алгоритмы поиска информации, использование достоверных источников
6	Работа в текстовом редакторе MS Word: создание и форматирование текста документа (формирование обзора данных по специальности, собранных и проанализированных в рамках 1 лабораторной работы), работа со стилями документа, разрывы страниц и разделов, маркированные и нумерованные списки, создание списка литературы
7	Работа в текстовом редакторе MS Word: создание и редактирование таблиц; работа с графическими объектами; работа с формулами (Microsoft Equations, Math Type).
8	Работа в текстовом редакторе MS Word: работа с большим документом (стилевая разметка документа с помощью экспресс-стилей; работа со стилями документа: создание, редактирование, копирование из других документов, связь с многоуровневыми списками; создание списков: таблиц, иллюстраций, схем, литературы; работа с оглавлением).
9	Работа с менеджером библиографических ссылок
10	Работа в текстовом редакторе MS Word: работа с большим документом (рецензирование документов, вставка сносок, примечаний, защита документа; создание перекрестных ссылок на элементы документа; гиперссылки; добавление титульной страницы; навигация по документу; работа с разделами документа: разбивка на разделы, применение разделов при работе с документами; создание колонтитулов).
11	Работа в табличном процессоре MS Excel: создание и форматирование электронных таблиц; основные функции (математические, логические, текстовые, даты и время, финансовые и т.д.) и примеры их использования; автоматическое создание таблиц по данным из внешнего источника и их редактирование
12	Визуализация данных в MS Excel: виды диаграмм, их назначение и возможности их использования; создание и форматирование диаграмм; построение и форматирование диаграмм со вспомогательной вертикальной осью; построение и форматирование смешанных диаграмм; построение и форматирование трехмерных диаграмм (поверхности и изолинии).
13	Создание презентаций в MS Powerpoint и альтернативных программах создания презентаций, в том числе онлайн. Создание слайдов, основы дизайна, использование технических средств для визуализации информации.
14	Контрольная работа: создание макета профессионального портфолио, удовлетворяющего требованиям современных промышленных и высокотехнологичных предприятий, основы создания резюме
15	2 семестр Модуль 2. Научно-исследовательская поддержка создания коммуникационных проектов
16	Исследования в сфере рекламы и связей с общественностью
17	Научный текст
18	Технология работы с научным текстом.

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
19	Научный доклад
20	Устная презентация
21	Публичная защита
22	Подготовка научного текста к публикации
23	3 семестр Модуль 3. Создание и реализация коммуникационных проектов в сфере рекламы
24	Цели и задачи проекта в сфере рекламы. Бриф
25	Целевые аудитории проекта в сфере рекламы
26	Каналы коммуникации проекта в сфере рекламы
27	Структура проекта в сфере рекламы
28	Оценка эффективности проекта в сфере рекламы
29	Публичная защита и визуализация проекта, подготовка проекта к полной или частичной реализации, к конкурсу, фестивалю
30	4 семестр Модуль 4. Создание и реализация коммуникационных проектов в сфере связей с общественностью
31	Цели и задачи проекта в сфере связей с общественностью. Бриф.
32	Целевые аудитории проекта в сфере связей с общественностью
33	Каналы коммуникации проекта в сфере связей с общественностью
34	Структура проекта в сфере связей с общественностью
35	Оценка эффективности проекта в сфере связей с общественностью
36	Публичная защита и визуализация проекта, подготовка проекта к полной или частичной реализации, к конкурсу, фестивалю

## 5. Организационно-педагогические условия

### 5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

## 5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

## 6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
<b>1. Основная литература</b>		
1	Информатика. Базовый курс : учебное пособие для вузов. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2015.	90
2	Мазур И.И. Управление проектами : учебное пособие для вузов / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге. - М.: Омега-Л, 2007.	22
3	Научно-исследовательская работа магистров : учебное пособие для вузов / В. В. Прокин [и др.]. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2012.	22
4	Чумиков А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник для вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - Москва: ИНФРА-М, 2014.	50
<b>2. Дополнительная литература</b>		
<b>2.1. Учебные и научные издания</b>		
1	Асмолова М. Л. Искусство презентаций и ведения переговоров : учебное пособие / М. Л. Асмолова. - Москва: РИОР, ИНФРА-М, 2012.	2
2	Бусыгин А. В. Деловое проектирование и управление проектом : курс лекций / А. В. Бусыгин. - Москва: Бусыгин, 2003.	12
3	Горбунов В. В. Как написать научную статью и не только.. Советы студенту по подготовке, написанию и оформлению научной статьи : монография / В. В. Горбунов. - Москва: Русайнс, 2017.	10
4	Кузьмина О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга : учебное пособие / О. Г. Кузьмина. - Москва: Наука-Спектр, 2015.	3
5	Поташник М.М. Как подготовить проект на получение грантов : методическое пособие / М.М. Поташник. - М.: Пед. о-во России, 2005.	1
6	Фарбей Э. Эффективная рекламная кампания : Руководство по стратегии, планированию и выявлению потенциального потребителя : пер. с англ. / Э. Фарбей. - Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003.	2



7	Шапова И. Н. Информатика : учебное пособие / И. Н. Шапова, В. А. Шапов. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2016	20
<b>2.2. Периодические издания</b>		
	Не используется	
<b>2.3. Нормативно-технические издания</b>		
	Не используется	
<b>3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины</b>		
	Не используется	
<b>4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента</b>		
	Не используется	

## 6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Н. Л. Никульшина Учись писать науч-ные статьи на англи-ском языке : Учебное пособие / Н. Л. Никульшина, О. А. Гливенкова, Т. В. Мордовина. - Тамбов: Тамбовский? государственныи? техниче-ский? универси-тет, ЭБС АСВ, 2012.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks86745">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks86745</a>	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	О. А. Пасько Научно-исследовательская работа магистранта : Учебно-методическое пособие / О. А. Пасько, В. Ф. Ковязин. - Томск: Том-ский? политехниче-ский? универси-тет, 2017.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks88699">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks88699</a>	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Проектная деятельность как способ развития личности студентов и их профессиональной? подготовки : Мето-дические указания / сост. Е. А. Булато-ва. - Нижний? Новгород: Нижегород-ский? государственныи? архитектуру-строительныи? универси-тет, ЭБС АСВ, 2015.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks85636">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks85636</a>	локальная сеть; свободный доступ

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Протопопова Е. Э. Научная работа. Новые правила оформления. Библио-графический аппарат научных, исследовательских и творческих работ (ГОСТ 7.80-2000, ГОСТ 7.32-2001, ГОСТ 7.82-2001, ГОСТ 7.1-2003, ГОСТ 7.0.5-2008, ГОСТ 7.0.12-2011) : практическое пособие	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3627">http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3627</a>	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Семенова Д. М. Управление проектами : учебное пособие / Д. М. Семенова. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2017.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3990">http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3990</a>	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Василенко С. В. Эффектная и эффективная презентация: практическое пособие / С. В. Василенко. – Москва: Дашков и К. – 2012. – 135 с.: ил.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks164022">http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks164022</a>	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Каменских А. А. Информатика: работа в табличном процессе MS Excel : учебно-методическое пособие. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2017.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3965">http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3965</a>	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Международная база данных SciVerse Scopus: основные возможности для научного поиска и контактов : методические рекомендации / Пермский национальный исследовательский политехнический университет ; Сост. П. С. Волегов, М. А. Ташкинов, М. В. Шардакова, О. Д.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3444">http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3444</a>	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Мухин О. И. Интерактивная информатика : учебное пособие / О. И. Мухин , О. А. Полякова. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2017.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks193450">http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks193450</a>	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Научно-исследовательская работа магистров : учебное пособие для вузов / В. В. Прокин [и др.]. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2012.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3450">http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3450</a>	локальная сеть; свободный доступ

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Основная литература	Шардакова М. В. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) : вопро-сы и ответы / М. В. Шардакова. - Пермь: Научная библиотека ПНИПУ, 2012	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib4216">http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib4216</a>	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Щапова И. Н. Информатика : учебное пособие / И. Н. Щапова, В. А. Щапов. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2016.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3829">http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3829</a>	локальная сеть; свободный доступ

### 6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching )
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

### 6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	<a href="http://lib.pstu.ru/">http://lib.pstu.ru/</a>
Электронно-библиотечная система Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
Электронно-библиотечная система IPRbooks	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	<a href="http://www.diss.rsl.ru/">http://www.diss.rsl.ru/</a>

### 7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	ноутбук	1
Практическое занятие	проектор	1

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	экран	1

## **8. Фонд оценочных средств дисциплины**

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Пермский национальный исследовательский политехнический  
университет»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине  
**«Учебно-исследовательская работа студентов»**  
*Приложение к рабочей программе дисциплины*

<b>Направление подготовки:</b>	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
<b>Направленность (профиль) образовательной программы:</b>	Связи с общественностью и реклама
<b>Квалификация выпускника:</b>	Бакалавр
<b>Выпускающая кафедра:</b>	Иностранные языки и связи с общественностью
<b>Форма обучения:</b>	Очная

**Курс:** 1, 2 **Семестр:** 1, 2, 3, 4

**Трудоёмкость:**

Кредитов по рабочему учебному плану:	8
ЗЕ	
Часов по рабочему учебному плану:	288
ч.	

**Форма промежуточной аттестации:**

Дифференцированный зачет: 1, 2, 3, 4 семестр

**Пермь 2020**

**Фонд оценочных средств** для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

### 1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение четырех семестров и разбито на 4 модуля. В каждом модуле предусмотрены аудиторские практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по всем видам запланированных работ и дифференцированного зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВЫ)	Вид контроля							
	Текущий		Рубежный		Итоговый			
	С	ТО	ОЛР	Т/КР	Диф · Зач. 1 семе стр	Диф · Зач. 2 семе стр	Диф · Зач. 3 семе стр	Диф · Зач. 4 семе стр
<b>Усвоенные знания</b>								
3.1. Знает технологии работы с контентом: определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.; основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;		ТО		КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
3.2. Знает принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; основные методы проектного планирования;		ТО		КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
3.3. Знает инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.);		ТО		КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
3.4. Знает процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных.		ТО		КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
<b>Освоенные умения</b>								

У.1. Умеет применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты; проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные);				КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
У.2. Умеет разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта;				КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
У.3. Умеет разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию;				КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
У.4. Умеет разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ;				КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
<b>Приобретенные владения</b>								
В.1. Владеет навыками применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.);				КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
В.2. Владеет навыками разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; разработки рекламных акций по стимулированию продаж; разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.;				КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
В.3. Владеет навыками бюджетирования проектов;				КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ
В.4. Владеет навыками оценки эффективности коммуникационных продуктов;				КЗ	КЗ	КЗ	КЗ	КЗ

*С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.*

Итоговой оценкой результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде дифференцированного, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

## **2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения**

### **2.1. Текущий контроль усвоения материала**

Текущий контроль усвоения материала в форме экспресс-теста, собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

### **2.2. Рубежный контроль**

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме индивидуального задания (кейс-задач) (после изучения каждого модуля учебной дисциплины).

#### **2.2.1. Защита лабораторных работ**

Не предусмотрено.

#### **2.2.2. Рубежная контрольная работа**

Не предусмотрено

#### **2.2.3. Защита решения индивидуального задания (кейс-задачи)**

### **Типовые индивидуальные задания**

Конкретизация задания на выбор преподавателя

#### **1 семестр**

1. Воспроизведите форматирование документа на странице 1 в программе Microsoft Word (Приложение 1)

2. Выполните задание в программе Microsoft Excel (Приложение 1).

3. Работа с российскими и иностранными поисковыми системами и базами цитирования РИНЦ, Scopus, Web of Science и т.п. Сбор и анализ информации.

4. Работа в открытых поисковых системах, алгоритмы поиска информации, использование достоверных источников.

5. Работа в текстовом редакторе MS Word: создание и форматирование текста документа (формирование обзора данных по специальности, собранных и проанализированных в рамках 1 лабораторной работы), работа со стилями документа, разрывы страниц и разделов, маркированные и нумерованные списки, создание списка литературы.

6. Работа в текстовом редакторе MS Word: создание и редактирование таблиц; работа с графическими объектами; работа с формулами (Microsoft Equations, Math Type).

7. Работа в текстовом редакторе MS Word: работа с большим документом (стилевая разметка документа с помощью экспресс-стилей; работа со стилями документа: создание, редактирование, копирование из других документов, связь с многоуровневыми списками; создание списков: таблиц, иллюстраций, схем, литературы; работа с оглавлением).

8. Работа в табличном процессоре MS Excel: создание и форматирование электронных таблиц; основные функции (математические, логические, текстовые, даты и время, финансовые и т.д.) и примеры их использование; автоматическое создание таблиц по данным из внешнего источника и их редактирование.

9. Визуализация данных в MS Excel: виды диаграмм, их назначение и возможности их использования; создание и форматирование диаграмм; построение и форматирование диаграмм со вспомогательной вертикальной осью; построение и форматирование смешанных диаграмм; построение и форматирование трехмерных диаграмм (поверхности и изолинии).

10. Создание презентаций в MS Powerpoint и альтернативных программах создания презентаций, в том числе онлайн. Создание слайдов,



основы дизайна, использование технических средств для визуализации информации.

## 2 семестр

1. Научно-исследовательская работа: тема, литература, план исследования

- Выберите тему вашей научно-исследовательской работы. Сформулируйте проблему и актуальность исследования.

- Используя печатные и электронные ресурсы, найдите по аннотации и ключевым словам необходимую научную литературу по теме вашей научно-исследовательской работы. Проанализируйте собранную литературу.

- Поиск литературы и наукометрический анализ проводите при помощи онлайн-сервисов: eLIBRARY.RU научная библиотека <https://www.elibrary.ru/> disserCat библиотека диссертаций и авторефератов <https://www.dissercat.com/> КиберЛенинка научная библиотека <https://cyberleninka.ru/>

- Составьте список литературы вашей научно-исследовательской работы в соответствии с предъявляемыми требованиями.

- Составьте план своей научно-исследовательской работы.

2. Научно-исследовательская работа: материал исследования.

Приложения

- Используя печатные и электронные ресурсы, соберите материал исследования по теме вашей научно-исследовательской работы.

- Сделайте анализ собранного материала по выделенным критериям. Для визуализации, представляющей результаты исследования, используйте онлайн-сервисы инфографики: Creately <https://creately.com/> Venngage <https://venngage.com/> Canva [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/infografika/#](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/#) Easel.ly <https://www.easel.ly/> Piktochart [https://create.piktochart.com/users/sign\\_in](https://create.piktochart.com/users/sign_in) и др.

- Составьте план приложений своей научно-исследовательской работы.

3. Научно-исследовательская работа: презентация результатов исследования.

- Подготовьте слайд-презентацию научно-исследовательской работы в соответствии с требованиями к ее структуре и оформлению. При подготовке презентации используйте онлайн-конструктор: Ellty <https://www.ellty.com/ru/create/presentation> Visme <https://www.visme.co/ru/sozdat-prezentatsiya/> Prezi <https://prezi.com/> PowerPoint <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/try> Google Slides <https://docs.google.com/presentation/u/0/> Figma <https://www.figma.com/> Tilda <https://tilda.cc/ru/> и др..

4. Научно-исследовательская работа: публичная защита

- На основе письменного текста вашей научно-исследовательской работы подготовьте и представьте ее устную публичную защиту. При

защите используйте слайд-презентацию научно-исследовательской работы. Для визуализации, представляющей результаты исследования, используйте онлайн-сервисы инфографики: Creately <https://createlly.com/> Venngage <https://venngage.com/> Canva [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/infografika/#](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/#) Easel.ly <https://www.easel.ly/> Piktochart [https://create.piktochart.com/users/sign\\_in](https://create.piktochart.com/users/sign_in) и др.

### 3 семестр

1. Заполните бриф на разработку проекта в сфере рекламы.
2. Заполните бриф на разработку проекта в сфере рекламы с использованием онлайн-генераторов брифов: Брифы. Генератор OnLine <https://24freelance.pro/brief-generator.html> Good brief <https://goodbrief.io/> FakeClients <https://fakeclients.com/> и др.
3. Составьте программу исследования целевой аудитории в рекламном проекте.
4. Аргументируйте выбор каналов рекламной коммуникации для продвижения товара, услуги.
5. При подготовке презентации используйте онлайн-конструктор: Ellyty <https://www.ellyty.com/ru/create/presentation> Visme <https://www.visme.co/ru/sozdat-prezentatsiya/> Prezi <https://prezi.com/> PowerPoint <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/try> Google Slides <https://docs.google.com/presentation/u/0/> Figma <https://www.figma.com/> Tilda <https://tilda.cc/ru/> и др. Для визуализации, представляющей результаты исследования, используйте онлайн-сервисы инфографики: Creately <https://createlly.com/> Venngage <https://venngage.com/> Canva [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/infografika/#](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/#) Easel.ly <https://www.easel.ly/> Piktochart [https://create.piktochart.com/users/sign\\_in](https://create.piktochart.com/users/sign_in) и др.

### 4 семестр

1. Заполните бриф на разработку проекта в сфере связей с общественностью с использованием онлайн-генераторов брифов: Брифы. Генератор OnLine <https://24freelance.pro/brief-generator.html> Good brief <https://goodbrief.io/> FakeClients <https://fakeclients.com/> и др.
2. Произведите оценку стоимости и бюджетирование проекта в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с учетом целей и задач проекта
3. Произведите оценку стоимости и бюджетирование проекта в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с учетом таргетирования ЦА
4. Произведите оценку стоимости и бюджетирование проекта в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с учетом каналов коммуникации с ЦА
5. Произведите оценку стоимости и бюджетирование проекта в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с учетом оценки эффективности и реализации проекта.
6. Произведите бюджетирование с использованием одного из онлайн-калькуляторов (Портфельный анализ по модели БКГ (Boston Consulting

- Group) <https://www.semestr.online/economy/business-plan.php#bkg> Planior <https://planior.com/> <https://www.openbusiness.ru/bplan/online.htm>  
GanttPRO <https://ganttpro.com/ru/project-budget/> и др.)
7. Оцените окупаемость, ARPPU (средняя выручка на одного платящего пользователя), ROI (возврат инвестиций), бюджет, LTV (пожизненную ценность клиента), доход с одного покупателя, средний доход, затраты на привлечение одного пользователя, открываемость, кликабельность, конверсии в заказы и др. интернет-проекта с использованием одного из онлайн-калькуляторов (JetStyle <https://ue.jet.style/> Retail Engineering <https://retailengineering.ru/> Unisender <https://www.unisender.com/ru/blog/haki/kalkulyator-roi/> Advego <https://advego.com/info/customer-lifetime-value/> Mindbox <https://mindbox.ru/ab-test-calculator/> и др.)
  8. Оцените бюджет рекламной кампании, количество кликов и лидов, стоимость лида, ожидаемые доход и прибыль, прогноз по охватам, показам, переходам с использованием одного из онлайн-калькуляторов (Декомпозиция [декомпозиция5.рф](#) AB Testguide <https://abtestguide.com/calc/> и др.)
  9. Рассчитайте бюджет инфлюенс-маркетинга с использованием одного из онлайн-калькуляторов (Epicstars <https://ru.epicstars.com/widgets/calculator/> и др.).
  10. Рассчитайте бюджет, рентабельность, чистую прибыль рекламы, количество расходов, кликов и объем трафика на сайт, прогноз по охватам, показам, переходам с использованием одного из онлайн-калькуляторов (Hubspot <https://www.hubspot.com/ads-calculator> Яндекс Директ <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=advancedForecast> VK Ads <https://vk.com/ads> Декомпозиция [декомпозиция5.рф](#) и др.)

### **2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу**

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения) как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

#### **1 семестр**

1. Составьте профессиональное портфолио, оформите его в редакторах Word, Excel, составьте итоговую презентацию.
2. С помощью алгоритмов поиска Интернета найдите информацию на предложенную тему, представьте данную информацию в виде 3 слайдов (можете использовать любую программу для создания презентации).

#### **2 семестр**

1. Представить текст и устную публичную защиту научно-исследовательской работы в соответствии с требованиями к структуре и оформлению текста и презентации научно-исследовательской работы. При подготовке презентации используйте онлайн-конструктор: Ellyty <https://www.ellyty.com/ru/create/presentation> Visme <https://www.visme.co/ru/sozdat-prezentatsiya/> Prezi <https://prezi.com/>

PowerPoint <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/try> Google Slides <https://docs.google.com/presentation/u/0/> Figma <https://www.figma.com/> Tilda <https://tilda.cc/ru/> и др. Для визуализации, представляющей результаты исследования, используйте онлайн-сервисы инфографики: Creately <https://creately.com/> Venngage <https://venngage.com/> Canva [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/infografika/#](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/#) Easel.ly <https://www.easel.ly/> Piktochart [https://create.piktochart.com/users/sign\\_in](https://create.piktochart.com/users/sign_in) и др.

### 3 семестр

1. Разработайте стратегию некоммерческой рекламной кампании.
2. Разработайте стратегию коммерческой рекламной кампании.
3. Разработайте программу для оценки эффективности рекламной кампании.

4. Рассчитайте эффективность интернет-рекламы в предлагаемой ситуации, используя онлайн-калькулятор юнит-экономики: JetStyle <https://ue.jet.style/> Retail Engineering <https://retailengineering.ru/> Unisender <https://www.unisender.com/ru/blog/haki/kalkulyator-roi/> Advego <https://advego.com/info/customer-lifetime-value/> Mindbox <https://mindbox.ru/ab-test-calculator/> AB Testguide <https://abtestguide.com/calc/> Epicstars <https://ru.epicstars.com/widgets/calculator/> Hubspot <https://www.hubspot.com/ads-calculator> Яндекс Директ <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=advancedForecast> VK Ads <https://vk.com/ads> Декомпозиция [декомпозиция5.рф](#) и др.

5. При подготовке презентации используйте онлайн-конструктор (Ellyty <https://www.ellyty.com/ru/create/presentation> Visme <https://www.visme.co/ru/sozdat-prezentatsiya/> Prezi <https://prezi.com/> PowerPoint <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/try> Google Slides <https://docs.google.com/presentation/u/0/> Figma <https://www.figma.com/> Tilda <https://tilda.cc/ru/> и др.). Для визуализации, представляющей результаты исследования, используйте онлайн-сервисы инфографики: Creately <https://creately.com/> Venngage <https://venngage.com/> Canva [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/infografika/#](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/#) Easel.ly <https://www.easel.ly/> Piktochart [https://create.piktochart.com/users/sign\\_in](https://create.piktochart.com/users/sign_in) и др.

### 4 семестр

1. Произведите оценку стоимости и бюджетирование проекта в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с учетом:

- Целей и задач проекта
- Таргетирования ЦА
- Каналов коммуникации с ЦА
- Оценки эффективности и реализации проекта.

2. Произведите бюджетирование в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с использованием одного из онлайн-калькуляторов (Портфельный анализ по модели БКГ (Boston Consulting Group) <https://www.semestr.online/economy/business-plan.php#bkg> Planior <https://planior.com/> <https://www.openbusiness.ru/bplan/online.htm>

GanttPRO <https://ganttpro.com/ru/project-budget/> JetStyle <https://ue.jet.style/>  
Retail Engineering <https://retailengineering.ru/> Unisender  
<https://www.unisender.com/ru/blog/haki/kalkulyator-roi/> Advego  
<https://advego.com/info/customer-lifetime-value/> Mindbox  
<https://mindbox.ru/ab-test-calculator/> AB Testguide <https://abtestguide.com/calc/>  
Epicstars <https://ru.epicstars.com/widgets/calculator/> Hubspot  
<https://www.hubspot.com/ads-calculator> Яндекс Директ  
<https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=advancedForecast> VK Ads  
<https://vk.com/ads> Декомпозиция [декомпозиция5.pdf](#) и др.)

При подготовке презентации используйте онлайн-конструктор (Ellyty <https://www.ellyty.com/ru/create/presentation> Visme  
<https://www.visme.co/ru/sozdat-prezentatsiya/> Prezi <https://prezi.com/>  
PowerPoint <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/try> Google Slides  
<https://docs.google.com/presentation/u/0/> Figma <https://www.figma.com/>  
Tilda <https://tilda.cc/ru/> и др.). Для визуализации, представляющей результаты исследования, используйте онлайн-сервисы инфографики: Creately  
<https://creately.com/> Venngage <https://venngage.com/> Canva  
[https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/infografika/#](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/#) Easel.ly <https://www.easel.ly/>  
Piktochart [https://create.piktochart.com/users/sign\\_in](https://create.piktochart.com/users/sign_in) и др.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)**

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех запланированных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

##### **2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания**

Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета. Дифференцированный зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения всех запланированных индивидуальных заданий студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

##### **2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания**

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки усвоенных умений и комплексные задания (КЗ)

для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

#### **2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета / экзамена по дисциплине**

##### **Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:**

##### **1 семестр**

1. Виды и типы портфолио.
2. Портфолио и резюме
3. Основные пункты резюме.
4. Основные пункты портфолио.
5. Особенности резюме и портфолио специалиста по связям с общественностью
6. Типы баз цитирования.
7. Отличие баз цитирования РИНЦ и ВАК.
8. Особенности и отличия международных баз цитирования
9. Особенности поиска информации в базах цитирования.
10. Методы и параметры поисковых запросов.
11. Отличия поисковых систем.
12. Алгоритм поиска информации.
13. Основы форматирования документа
14. Стили документа
15. Типы таблиц и их использование
16. Работа с графическими объектами
17. Работа с формулами
18. Создание экспресс-стилей
19. Типы списков
20. Типы схем, их использование
21. Рецензирование документов
22. Типы ссылок и их использование
23. Особенности создания титульной страницы, оглавления
24. Типы функций и их использование
25. Виды диаграмм, их назначение и возможности их использования
26. Создание слайдов
27. Основы дизайна слайдов
28. Использование технических средств для визуализации информации.

##### **2 семестр**

1. Значение аналитической деятельности для исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.
2. Языковые особенности научного стиля.
3. Понятие компиляции и плагиата.
4. Структурная организация научной статьи, тезисов, доклада.

5. Цель аннотации и ключевых слов научной работы.
6. Требования к структуре и оформлению презентации.
7. Требования к оформлению научно-исследовательской работы.

### **3 семестр**

1. Этапы разработки рекламного проекта.
2. Основные участники рекламного проекта: разграничение сферы ответственности.
3. Специфика и алгоритм заполнения брифа на разработку рекламного проекта.

### **4 семестр**

1. Технология составления сводного бюджета и формирования бюджетных показателей
2. Бюджетирование проекта
3. Управление бюджетом проекта
4. Статьи расходов в бюджетировании проекта
5. Управление рисками в бюджетировании
6. Оценка стоимости проекта
7. Цифровые инструменты для бюджетирования

### **Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:**

#### **1 семестр**

1. Воспроизведите форматирование документа на странице 1 в программе Microsoft Word (Приложение 1)
2. Выполните задание в программе Microsoft Excel (Приложение 1).

#### **2 семестр**

1. Как проверять на плагиат?
2. Как можно было избежать плагиата в предложенном фрагменте научного текста?
3. Определите, правильно ли оформлены цитаты и сноски в предложенном научном тексте.
4. Найдите по аннотации и ключевым словам необходимую научную литературу по теме вашей научно-исследовательской работы.
5. Прочитайте научную статью, составьте на нее аннотацию и укажите ключевые слова.
6. Найдите и исправьте языковые недочеты в тексте научной статьи.
7. Опираясь на требования к структуре и оформлению презентации, определите удачные и неудачные компоненты анализируемой презентации.

#### **3 семестр**

1. Заполните бриф на разработку проекта в сфере рекламы.
2. Заполните бриф на разработку проекта в сфере рекламы с использованием онлайн-генераторов брифов: Брифы. Генератор OnLine <https://24freelance.pro/brief-generator.html> Good brief <https://goodbrief.io/> FakeClients <https://fakeclients.com/> и др.
3. Составьте программу исследования целевой аудитории в рекламном проекте.

4. Аргументируйте выбор каналов рекламной коммуникации для продвижения товара, услуги.
5. При подготовке презентации используйте онлайн-конструктор: Elity <https://www.elity.com/ru/create/presentation> Visme  
<https://www.visme.co/ru/sozdat-prezentatsiya/> Prezi  
<https://prezi.com/> PowerPoint <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/try> Google Slides  
<https://docs.google.com/presentation/u/0/> Figma  
<https://www.figma.com/> Tilda <https://tilda.cc/ru/> и др. Для визуализации, представляющей результаты исследования, используйте онлайн-сервисы инфографики: Creately  
<https://creately.com/> Venngage <https://venngage.com/> Canva  
<https://www.canva.com/ru-ru/sozdat/infografika/#> Easel.ly  
<https://www.easel.ly/> Piktochart  
[https://create.piktochart.com/users/sign\\_in](https://create.piktochart.com/users/sign_in) и др.

#### 4 семестр

1. Произведите оценку стоимости и бюджетирование проекта в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с учетом целей и задач проекта
2. Произведите оценку стоимости и бюджетирование проекта в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с учетом таргетирования ЦА
3. Произведите оценку стоимости и бюджетирование проекта в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с учетом каналов коммуникации с ЦА
4. Произведите оценку стоимости и бюджетирование проекта в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с учетом оценки эффективности и реализации проекта.
5. Произведите бюджетирование с использованием одного из онлайн-калькуляторов (Портфельный анализ по модели БКГ (Boston Consulting Group) <https://www.semestr.online/economy/business-plan.php#bkg> Planior <https://planior.com/> <https://www.openbusiness.ru/bplan/online.htm> GanttPRO <https://ganttpro.com/ru/project-budget/> и др.)
6. Оцените окупаемость, ARPPU (средняя выручка на одного платящего пользователя), ROI (возврат инвестиций), бюджет, LTV (пожизненную ценность клиента), доход с одного покупателя, средний доход, затраты на привлечение одного пользователя, открываемость, кликабельность, конверсии в заказы и др. интернет-проекта с использованием одного из онлайн-калькуляторов (JetStyle <https://ue.jet.style/> Retail Engineering <https://retailengineering.ru/> Unisender <https://www.unisender.com/ru/blog/haki/kalkulyator-roi/> Advego <https://advego.com/info/customer-lifetime-value/> Mindbox <https://mindbox.ru/ab-test-calculator/> и др.)
7. Оцените бюджет рекламной кампании, количество кликов и лидов,



стоимость лида, ожидаемые доход и прибыль, прогноз по охватам, показам, переходам с использованием одного из онлайн-калькуляторов (Декомпозиция [декомпозиция5.рф](https://abtestguide.com/calc/) AB Testguide <https://abtestguide.com/calc/> и др.)

8. Рассчитайте бюджет инфлюенс-маркетинга с использованием одного из онлайн-калькуляторов (Epicstars <https://ru.epicstars.com/widgets/calculator/> и др.).
9. Рассчитайте бюджет, рентабельность, чистую прибыль рекламы, количество расходов, кликов и объем трафика на сайт, прогноз по охватам, показам, переходам с использованием одного из онлайн-калькуляторов (Hubspot <https://www.hubspot.com/ads-calculator> Яндекс Директ <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=advancedForecast> VK Ads <https://vk.com/ads> Декомпозиция [декомпозиция5.рф](https://abtestguide.com/calc/) и др.)

### **Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:**

#### **1 семестр**

1. Составьте профессиональное портфолио, оформите его в редакторах Word, Excel, составьте итоговую презентацию.
2. С помощью алгоритмов поиска Интернета найдите информацию на предложенную тему, представьте данную информацию в виде 3 слайдов (можете использовать любую программу для создания презентации).

#### **2 семестр**

1. Проверьте текст своей научной работы на плагиат.
2. Оформите цитаты и сноски в тексте вашей научно-исследовательской работы/презентации/вашего доклада.
3. Составьте аннотацию на свою научно-исследовательскую работу/статью/доклад (укажите ключевые слова).
4. Прочитайте фрагмент научного текста, проверьте его на плагиат, выделенные программой фрагменты текста переформулируйте.
5. Сделайте презентацию своей научно-исследовательской работы в соответствии с требованиями к ее структуре и оформлению.
6. Составьте тезисы доклада по теме вашей научно-исследовательской работы.
7. При подготовке презентации используйте онлайн-конструктор: Ellty <https://www.ellty.com/ru/create/presentation> Visme <https://www.visme.co/ru/sozdat-prezentatsiya/> Prezi <https://prezi.com/> PowerPoint <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/try> Google Slides <https://docs.google.com/presentation/u/0/> Figma <https://www.figma.com/> Tilda <https://tilda.cc/ru/> и др. Для визуализации, представляющей результаты исследования, используйте онлайн-сервисы инфографики: Creately <https://creately.com/> Venngage <https://venngage.com/> Canva [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/infografika/#](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/#) Easel.ly <https://www.easel.ly/> Piktochart [https://create.piktochart.com/users/sign\\_in](https://create.piktochart.com/users/sign_in) и др.

### 3 семестр

1. Разработайте стратегию некоммерческой рекламной кампании.
2. Разработайте стратегию коммерческой рекламной кампании.
3. Разработайте программу для оценки эффективности рекламной кампании.
4. При подготовке презентации используйте онлайн-конструктор: Ellty <https://www.ellty.com/ru/create/presentation> Visme <https://www.visme.co/ru/sozdat-prezentatsiya/> Prezi <https://prezi.com/> PowerPoint <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/try> Google Slides <https://docs.google.com/presentation/u/0/> Figma <https://www.figma.com/> Tilda <https://tilda.cc/ru/> и др. Для визуализации, представляющей результаты исследования, используйте онлайн-сервисы инфографики: Creately <https://creately.com/> Venngage <https://venngage.com/> Canva [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/infografika/#](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/#) Easel.ly <https://www.easel.ly/> Piktochart [https://create.piktochart.com/users/sign\\_in](https://create.piktochart.com/users/sign_in) и др.

### 4 семестр

1. Произведите оценку стоимости и бюджетирование проекта в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с учетом:
  - Целей и задач проекта
  - Таргетирования ЦА
  - Каналов коммуникации с ЦА
  - Оценки эффективности и реализации проекта.
2. Произведите бюджетирование в рамках вашего проекта / научно-исследовательской работы / ВКР с использованием одного из онлайн-калькуляторов (Портфельный анализ по модели БКГ (Boston Consulting Group) <https://www.semestr.online/economy/business-plan.php#bkg> Planior <https://planior.com/> <https://www.openbusiness.ru/bplan/online.htm> GanttPRO <https://ganttpro.com/ru/project-budget/> JetStyle <https://ue.jet.style/> Retail Engineering <https://retailengineering.ru/> Unisender <https://www.unisender.com/ru/blog/haki/kalkulyator-roi/> Advego <https://advego.com/info/customer-lifetime-value/> Mindbox <https://mindbox.ru/ab-test-calculator/> Декомпозиция [декомпозиция5.pф](#) АВ Testguide <https://abtestguide.com/calc/> Epicstars <https://ru.epicstars.com/widgets/calculator/> Hubspot <https://www.hubspot.com/ads-calculator> Яндекс Директ <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=advancedForecast> VK Ads <https://vk.com/ads> Декомпозиция [декомпозиция5.pф](#) и др.)

3. При подготовке презентации используйте онлайн-конструктор: Ellty <https://www.ellty.com/ru/create/presentation> Visme <https://www.visme.co/ru/sozdat-prezentatsiya/> Prezi <https://prezi.com/> PowerPoint <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/try> Google Slides <https://docs.google.com/presentation/u/0/> Figma <https://www.figma.com/>

Tilda <https://tilda.cc/ru/> и др. Для визуализации, представляющей результаты исследования, используйте онлайн-сервисы инфографики: Creately <https://creately.com/> Venngage <https://venngage.com/> Canva [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/infografika/#](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/#) Easel.ly <https://www.easel.ly/> Piktochart [https://create.piktochart.com/users/sign\\_in](https://create.piktochart.com/users/sign_in) и др.

#### **2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете**

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов компетенций**

#### **3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций**

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.