



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Новосибирский государственный педагогический
университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан
Института менеджмента и социальных
коммуникаций

(подпись)

16.04.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Корпоративная айдентика

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Уровень высшего образования:
бакалавриат

Форма обучения:
заочная

СОСТАВИТЕЛИ:

Старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью Е.Ю. Мельников

Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью
Э.Н. Климова

РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цель освоения дисциплины:

овладение техникой и технологией проектирования создания корпоративной айдентики и рекламных материалов организации; разработка логотипа и товарного знака организации; разработка рекламных материалов в процессе разработки фирменного стиля; применения фирменного стиля в процессе рекламных и PR-коммуникаций

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.0017 г. №512.

Дисциплина является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается в 4 семестре. Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ / 108 часов, в том числе 8 часов - контактная работа с преподавателем, 96 часов - самостоятельная работа (таблица 2).

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Дисциплина направлена на формирование компетенции(-ий), представленных в таблице 1.

Таблица 1

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	
Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен анализировать информацию и данные маркетинговых исследований, применять их в рекламе, PR и иных коммуникациях коммерческой организации.	
ПК-1.1 Выбирает источники и методы работы с данными о потребителях, целевой аудитории рекламы, PR и (или) продвижения товаров и услуг коммерческих организаций.	Знать: способы, методы и источники сбора данных о потребителях и визуальных символах рекламы Уметь:
ПК-1.2 Анализирует информацию и данные исследований рекламы, PR-поддержки и продвижения товаров и услуг, иных показателей маркетинговой активности коммерческой организации.	анализировать информацию и данные о восприятии визуальных символов рекламы и корпоративной айдентики потребителями
ПК-1.3 Применяет информацию маркетинговых исследований в управлении информационными и рекламными ресурсами организации, при размещении рекламных и PR-материалов коммерческих организаций.	Владеть: навыками анализа и создания визуальных символов рекламы и корпоративной айдентики
ПК-3 Способен реализовать цикл работ по управлению рекламной информацией, PR-деятельности и продвижения товаров и услуг коммерческой организации.	
ПК-3.1 Владеет методами управления рекламной информацией, PR-коммуникациями в коммерческой сфере.	Знать: о процессе организации, подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы; требований, предъявляемые к элементам и носителям

<p>ПК-3.2 Выполняет задачи по управлению информацией, распространяемой в целях рекламы, PR и продвижения товаров и услуг коммерческой организации.</p>	<p>фирменного стиля; основных этапов процесса разработки фирменного стиля и его элементов Уметь: разрабатывать рекламный продукт используя традиционные и комбинированные техники изображения в соответствии с</p>
<p>ПК-3.3 Осуществляет координацию работ в информационной среде коммерческой организации в целях достижения эффективности рекламной и PR-деятельности.</p>	<p>творческим замыслом и задачами рекламной и PR-кампании Владеть: навыками разработки визуального контента, планирования профессиональной деятельности</p>

2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Четвертый семестр

Тема 1. Дисциплина "Корпоративная айдентика" и ее задачи

Место «Корпоративной айдентики» в системе дисциплин изучающих рекламу.

Тема 2. История знаков

Знак – инструмент аккумуляции и передачи информации. Потребность в знаковом письме. Геродот о смысловом наполнении знаков. История знакового письма. Предметный знак. Изобразительный знак. Пиктограмма. Иероглифическое письмо. Возможность использования различных видов письма в рекламе, их плюсы и минусы. Древнейшие алфавиты. Греческое и Римское письмо.

Тема 3. Знаки, как способ идентификации

Потребность в использовании знака. Простейшие знаки. Краткая история знаков. Флаги, гербы, родовые, государственные, корпоративные символы. Немного семантики. Современная айдентика.

Тема 4. Форма и пропорции

Парфенон, греческая и римская скульптура. Леонардо Фибоначчи и его ряд, как поиск гармонии. Лука Пачолли и Леонардо да Винчи «Божественная пропорция» Поиск красоты и гармонии вокруг нас. Геометрия пропорций. Ян Чихольд и его искусство книги. Ле Корбюзье, модульор, как способ организации пространства. Типографика Эмиля Рудера. Модульная сетка и её использование в рекламных продуктах.

Тема 5. Цвет, как инструмент

Круги Гёте. Иттен о цвете. Значения цвета. Психологическое воздействие цвета. Гармоничные цветовые сочетания. Формальная цветовая композиция.

Тема 6. Основы рекламной композиции

Средства выражения образа. Форма и фактура в дополнение к цвету. Соотношение формы и цвета. Законы композиции. Равновесие. Единство и соподчинение. Композиционный центр. Средства гармонизации композиции. Ритм. Контраст, нюанс, тождество. Пропорции. Масштаб.

Тема 7. Проектирование корпоративной айдентики

Словесные товарные знаки. Изобразительные товарные знаки. Этапы проектирования. Цели позиционирования товара на рынке. Определение основных элементов знака как символов отрасли или фирмы. Проектирование носителей фирменного стиля.

Тема 8. Анализ корпоративной айдентики

Маркетинговая составляющая, психологическая составляющая, эстетика.

Содержание работ по дисциплине

Таблица 2

Содержание работы	Виды и формы работы, час					Всего, час	Код компетенции
	Контактная работа						
	Лекции, в т.ч. в форме практической подготовки*	Лабораторные, в т.ч. в форме практической подготовки*	Практические, в т.ч. в форме практической подготовки*	Консультации, в т.ч. в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа, в т.ч. в форме практической подготовки*		
Четвертый семестр							

Тема 1. Дисциплина "Корпоративная айдентика" и ее задачи	2				20	22	ПК-1, ПК-3
Тема 2. История знаков					6	6	ПК-1, ПК-3
Тема 3. Знаки, как способ идентификации					6	6	ПК-1, ПК-3
Тема 4. Форма и пропорции			2(2)		20	22	ПК-1, ПК-3
Тема 5. Цвет, как инструмент			2		20	22	ПК-1, ПК-3
Тема 6. Основы рекламной композиции			0(2)		17	17	ПК-1, ПК-3
Тема 7. Проектирование корпоративной айдентики					5	5	ПК-1, ПК-3
Тема 8. Анализ корпоративной айдентики			2		2	4	ПК-1, ПК-3
Подготовка к зачету					4	4	ПК-1, ПК-3
Итого по дисциплине	2		6(4)		100	108	

* В случае проведения контактной или самостоятельной работы в форме практической подготовки, часы на практическую подготовку указываются в скобках.

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине, следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы, использовать рекомендованные ресурсы и выполнять требования внутренних стандартов университета.

4 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Основная учебная литература

1. Головлева, Елена Леонидовна Торговая марка: теория и практика управления : учебное пособие для вузов : рек. УМО вузов РФ / Е. Л. Головлева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2005. - 176 с. - Библиогр.: с. 146-148. - Словарь: с. 141-145. - ISBN 5-7567-0401-9

4.2 Дополнительная учебная литература

1. Брендинг в управлении маркетинговой активностью / Н. К. Моисеева, М. Ю. Рюмин, М. В. Слушаенко, А. В. Будник ; под ред. Н. К. Моисеевой ; Междунар. акад. менеджмента. - Москва : ОМЕГА-Л, 2003. - 410 с. - (Деловая активность). - ISBN 5-98119-030-2

4.3 Ресурсы открытого доступа

1. Всероссийский образовательный сайт портал педагога. URL: // <https://portalpedagoga.ru/>
2. .Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям). . URL: http://92ed0b_7a1aa45570c34593876559d8a1d76e72.pdf

4.4 Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Темы дисциплины	Перечень учебно-методического обеспечения (номер источника из п.п. 4.1-4.3)
Задания для самостоятельной работы	
Четвертый семестр	
Тема 1. Дисциплина "Корпоративная айдентика" и ее задачи	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Прочитать рекомендуемую литературу по теме. Собрать коллекцию примеров корпоративной айдентики из открытых источников и попробовать проанализировать их коммуникационные свойства. Собрать коллекцию примеров печатной рекламы из открытых источников и попробовать вычленить работу дизайнера в общем процессе её проектирования.	
Тема 2. История знаков	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Изобразить картину с подсмотренным в жизни сюжетом, при помощи чайной заварки. Подготовить презентацию своей работы.	
Тема 3. Знаки, как способ идентификации	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Придумать и нарисовать свой герб и флаг. Подготовить презентацию своей работы.	
Тема 4. Форма и пропорции	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Оформить титульный лист придуманной книги. Сделать разворот книги, сочетающийся с титулом. Придумать модульную сетку и спроектировать на её основе рекламную страничку. Подготовить презентацию своей работы.	

Тема 5. Цвет, как инструмент	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Найти картину известного художника с однозначной эмоциональной окраской повторить её в виде пятен 3-4 цветов выбранных из оригинала. Подготовить презентацию своей работы.	
Тема 6. Основы рекламной композиции	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Учитывая уже известные законы композиции построить в графическом редакторе три ритмических композиции, которые могли бы служить основой товарного знака. Подготовить презентацию своей работы.	
Тема 7. Проектирование корпоративной айдентики	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Спроектировать и протестировать товарный знак, фирменный стиль и три рекламных носителя по своему выбору. Подготовить презентацию своей работы.	
Тема 8. Анализ корпоративной айдентики	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Спроектировать и протестировать рекламу вымышленной или реальной фирмы, (может быть социальную, или саморекламу) на трёх видах носителей. Сделать вариант рекламы на трех носителях с использованием ИИ. Сравнить варианты, найти достоинства и недостатки каждого. Подготовить презентацию своей работы.	
Подготовка к зачету	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1 Ресурсы открытого доступа: 1, 2

5 РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1 Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (таблицы 4, 5).

Локальные информационные технологии

Таблица 4

Группа программных средств	Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	Аудитория	Реквизиты подтверждающего документа
Архиваторы файлов	WinRAR	6, 21	Лицензионное соглашение № от 03.05.2011 Контракт №125 от 03.05.2011
	7Zip	100	https://ru.wikipedia.org/wiki/7-Zip
Браузеры (веб-обозреватели)	Chrome	100	https://www.google.com/intl/ru_ALL/chrome/privacy/eula_text.html
Операционные системы	Windows 7 Professional	6, 100, 21	Лицензионное соглашение №48394535 от 09.04.2011 Контракт №125 от 03.05.2011
Офисные приложения	Office Professional 2010	6, 21	Лицензионное соглашение №48394535 от 19.04.2011 Контракт №125 от 03.05.2011
	Libre Office	100	https://wiki.documentfoundation.org/TDF/Policies/Trade mark_Policy

Распределенные информационные технологии

Таблица 5

Группа	Наименование
Библиотеки и образовательные ресурсы (в том числе персональные сайты преподавателей НГПУ)	Электронная библиотека НГПУ http://lib.nspu.ru

5.2 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 6

Номер и наименование (при наличии) помещения для осуществления образовательной деятельности	Перечень основного оборудования	Адрес места осуществления образовательной деятельности (местоположение согласно лицензии)
Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа		

<p>Ауд. №100 «Аудитория для лекционных занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа (практические занятия, лабораторные занятия)/ Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций/ Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации</p>		
<p>Ауд. №21 «Компьютерный класс»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 2шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся</p>		
<p>Ауд. №6 «Помещение для самостоятельной работы»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 2шт., Ноутбук (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Печатное и сканирующее оборудование: Принтеры - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p>		
<p>Ауд. №5 «Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования»(Здание (Учебный корпус №1))</p>	<p>Здания/Сооружения: Сооружения - 1шт. Учебное оборудование и наглядные пособия: Милливольтметры - 1шт., Генераторы - 1шт., Измерители - 1шт. Печатное и сканирующее оборудование: МФУ - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28</p>
<p>Ауд. №1056 «Для профилактического обслуживания оборудования»(Здание (Школа(Учебный корпус №2)))</p>		<p>630132, г. Новосибирск, Железнодорожный район, ул. Советская, дом 79</p>

6 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1 Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости

Таблица 7

№ п/п	Наименование темы	Код компетенции	Формы проверки
Четвертый семестр			
1	Тема 1. Дисциплина "Корпоративная айдентика" и ее задачи	ПК-1, ПК-3	1. Собеседование 2. Практическое задание
2	Тема 2. История знаков	ПК-1, ПК-3	1. Собеседование 2. Практическое задание
3	Тема 3. Знаки, как способ идентификации	ПК-1, ПК-3	1. Собеседование 2. Практическое задание
4	Тема 4. Форма и пропорции	ПК-1, ПК-3	1. Собеседование 2. Практическое задание
5	Тема 5. Цвет, как инструмент	ПК-1, ПК-3	1. Собеседование 2. Практическое задание
6	Тема 6. Основы рекламной композиции	ПК-1, ПК-3	1. Собеседование 2. Практическое задание
7	Тема 7. Проектирование корпоративной айдентики	ПК-1, ПК-3	1. Собеседование 2. Практическое задание
8	Тема 8. Анализ корпоративной айдентики	ПК-1, ПК-3	1. Собеседование 2. Практическое задание

6.2 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Таблица 8

Оценочные материалы для промежуточной аттестации	
Четвертый семестр (Зачет)	
Код компетенции: ПК-1	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие фирменный стиль. Определение дизайна. 2. Место фирменного стиля в рекламной коммуникации. 3. Место дизайна в рекламной коммуникации. 4. Способы передачи информации при помощи знаков. 5. Развитие знакового письма. 6. Гротески – шрифты, придуманные для рекламы. 7. Другие современные шрифты. 8. Потребность в использовании знака, как способа идентификации. 9. Простейшие знаки. 10. Флаги, гербы, родовые, государственные символы 11. Корпоративные символы. 12. Семантика в корпоративной айдентике 13. Современная айдентика 14. Леонардо Фибоначчи и его ряд, как поиск гармонии 15. Лука Пачолли и Леонардо да Винчи «Божественная пропорция». 	
Код компетенции: ПК-3	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие фирменный стиль. Определение дизайна. 2. Место фирменного стиля в рекламной коммуникации. 3. Место дизайна в рекламной коммуникации. 4. Способы передачи информации при помощи знаков. 5. Развитие знакового письма. 6. Гротески – шрифты, придуманные для рекламы. 	

7. Другие современные шрифты.
8. Потребность в использовании знака, как способа идентификации.
9. Простейшие знаки.
10. Флаги, гербы, родовые, государственные символы
11. Корпоративные символы.
12. Семантика в корпоративной айдентике
13. Современная айдентика
14. Леонардо Фибоначчи и его ряд, как поиск гармонии
15. Лука Пачолли и Леонардо да Винчи «Божественная пропорция».
16. Модульная сетка и её использование в рекламных продуктах
17. Круги Гёте и современные графические редакторы
18. Значения цвета
19. Психологическое воздействие цвета
20. Гармоничные цветовые сочетания
21. Форма в айдентике
22. Равновесие. Единство и соподчинение
23. Композиционный центр
24. Ритм в композиции корпоративной айдентики
25. Контраст, нюанс, тождество в композиции корпоративной айдентики
26. Пропорции в композиции корпоративной айдентики
27. Масштаб в композиции корпоративной айдентики
28. Рекламная графика
29. Рекламная типографика
30. Словесные товарные знаки
31. Изобразительные товарные знаки
32. Этапы проектирования товарного знака
33. Цели позиционирования товара на рынке

Критерии выставления отметок

Отметка «отлично» / «зачтено» (высокий уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил системные знания по всем разделам программы дисциплины / модуля / практики, продемонстрировал способность к их самостоятельному пополнению, в том числе в рамках учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности; при выполнении заданий, предусмотренных программой, успешно продемонстрировал осваиваемые в рамках дисциплины / модуля / практики профессиональные умения; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы полностью и качественно, на творческом уровне, выразил личностную значимость деятельности; при устном ответе высказал самостоятельное суждение на основе исследования теоретических источников, логично и аргументированно изложил материал, связал теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров, свободно ответил на дополнительные вопросы; при выполнении письменного задания представил содержательный, структурированный, глубокий анализ сути и путей решения проблемы (задачи, задания); при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 85 – 100 % заданий.

Отметка «хорошо» / «зачтено» (средний уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил знание основного материала по всем разделам программы дисциплины / модуля / практики в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, продемонстрировал способность к их самостоятельному

пополнению; при выполнении заданий, предусмотренных программой, смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения, но допустил принципиальные ошибки в их выполнении, которые смог исправить при незначительной помощи преподавателя; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, при этом задания выполнены полностью и качественно; при устном ответе объяснил учебный материал, интерпретировал содержание, экстраполировал выводы; при выполнении письменного задания представил репродуктивную позицию элементы анализа в описании сути и путей решения проблемы (задачи, задания), изложил логическую последовательность вопросов темы; при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 75 – 84 % заданий.

Отметка «удовлетворительно» / «зачтено» (пороговый уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил знание основного материала по всем разделам программы дисциплины / модуля / практики в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, но знания имеют пробелы и плохо структурированы; при выполнении заданий, предусмотренных программой, в целом смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения, но допустил ошибки в их выполнении, которые смог исправить при незначительной помощи преподавателя; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, при этом задания выполнены формально, кратко, рефлексия неполная или носит формальный характер, представлено поверхностное описание; при устном ответе продемонстрировал знание базовых положений и ключевых понятий, верно воспроизвел учебное содержание без использования дополнительного материала; при выполнении письменного задания представил репродуктивную позицию в описании сути и путей решения проблемы (задачи, задания); при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 60 – 74 % заданий.

Отметка «неудовлетворительно» / «не зачтено» (компетенция(-ии) не сформирована(-ы)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил отсутствие знаний либо фрагментарные знания по основным разделам программы дисциплины / модуля / практики; при выполнении заданий, предусмотренных программой, не смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения (допустил принципиальные ошибки в их выполнении, которые не смог исправить при указании на них преподавателем), либо не выполнил задания; не выполнил предусмотренные учебным планом практические, лабораторные задания; не полностью выполнил задания для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, либо задания выполнены неверно, очевиден плагиат; при устном ответе допустил фактические ошибки в использовании научной терминологии и изложении учебного содержания, сделал ложные выводы; при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 0 – 59 % заданий.