



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

УТВЕРЖДАЮ

Директор
Института филологии и
медиакоммуникаций

Е.Ю. Булыгина

(подпись)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Управление медиапроектами

Направление подготовки:
44.04.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль):
Медиаобразование

Уровень высшего образования:
магистратура

Форма обучения:
заочная

СОСТАВИТЕЛИ:

Кандидат филологических наук, доцент, доцент Кафедры журналистики И.Г. Катенева

РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

на заседании кафедры журналистики (протокол №9 от 23.05.2019 г.)

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цель освоения дисциплины:

сформировать у студентов понимание основ медиапроектирования, изучить технологию разработки и этапы реализации концепции печатных и онлайн информационных продуктов, теле- и радиопрограмм, проектов в социальных медиа.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденным приказом Минобрнауки России от 22.02.2018 г. №126.

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается в 1, 2 семестрах. Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ / 144 часа, в том числе 10 часов - контактная работа с преподавателем, 130 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
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
УК-2.1 Определяет и формулирует проблемы, на решение которых направлен проект.	Знать: — принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции; — роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, медиапроектов, основные методы изучения аудитории; — технологии формирования бренда и проведения ребрендинга концепции масс-медиа.
УК-2.2 Определяет оптимальные способы решения проблемы и достижения цели проекта; критически оценивает результативность выполненного проекта.	Уметь: — определять целевую аудиторию, для которой предназначен медиапроект, ее социальные и психологические характеристики; — корректировать концепции различных по типу медиапроектов.

<p>УК-2.3 Анализирует и правильно оценивает имеющиеся ресурсы, ограничения и препятствия для достижения цели проекта.</p>	<p>Владеть: — методика моделирование портрета целевой аудитории; — применение результатов обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития медиапроекта; — технология отбора эффективных способов позиционирования и продвижения медиапроектов на информационном рынке, а также варианты ребрендинга концепции масс--медиа.</p>
<p>ПК-3 Способен осуществлять разработку и реализацию медиапроектов с использованием современных технологий и методик</p>	
<p>ПК-3.1 Способен разрабатывать концепцию медиаобразовательных проектов с использованием мультимедийных инструментов и новых форматов, адаптированных под потребности целевой аудитории.</p>	<p>Знать: — характеристики масс-медиа как информационного продукта; — типологию информационных продуктов; — эффективные принципы и технологии медиапроектирования.</p>
<p>ПК-3.2 Способен апробировать и скорректировать концепцию медиапроектов, основанных на сочетании мультимедийных инструментов и новых форматов адаптации информации под психологические и возрастные особенности целевой аудитории.</p>	<p>Уметь: — оценивать информационный рынок и искать информационную нишу для разрабатываемого СМИ, медиаобразовательного проекта; — моделировать типологические и типформирующие признаки печатных и электронных медиапроектов.</p>
<p>ПК-3.3 Способен, ориентируясь в основных направлениях и методике преподавания, базирующейся на применении игровых и проектных технологий, реализовать алгоритм разработки и реализации игрового моделирования в собственном медиаобразовательном проекте.</p>	<p>Владеть: — проводить мониторинг информационного рынка, анализировать и интерпретировать полученные данные; — моделировать элементы концепции медиапроекта.</p>

2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый семестр

Тема 1. Характеристики медиапроектов как информационного продукта.

Характеристики СМИ и проектов в социальных медиа как информационного продукта. Типология информационных продуктов: пресса (журналы, газеты), радио- и телепрограммы, интернет-издания, проекты социальных сетей. Типология СМИ по локальному, аудиторному, функционально-тематическому и другим признакам. Подходы к выделению и классификации типологических признаков медиапроектов: типоформирующие признаки и формальные признаки.

Характеристика современных печатных изданий, их доля на российском и региональных информационных рынках. Газета и журнал как тип прессы. Особенности функционирования изданий гибридного типа. Влияние формата на концепцию издания.

Принципы гибридизации признаков «quality press» и «mass popular press» в формате изданий смешанного типа. Специфика функционирования принт-версии медиапроектов.

Причины и следствия формирования новой структуры радиовещания. Классификации современных радиостанций по форме собственности, типу вещания, охвату аудитории. Понятие формата и форматности. Особенности функционирования современных российских радиостанций. Подкасты как вид медиапроектов.

Типологические характеристики современного телевидения. Классификации деятельности телевизионных каналов по способу трансляции, типу деятельности, способу образования, по форме собственности, способу распространения телесигнала, охвату аудитории, специализации программ.

Обзор современных медиаобразовательных аудиовизуальных проектов: плюсы и минусы функционирования.

Особенности функционирования онлайн-СМИ в соотношении с традиционными средствами массовой информации. Виды интернет-изданий, интернет-ресурсов и их функции. Классификация информационных агентств: в соответствии с формой собственности, сферой деятельности, целевым назначением, тематическим признаком, сферой распространения и масштабом деятельности. Анализ сегмента информагентств на современном информационном рынке России. Социальные медиа: феномен, функции, особенности взаимодействия с классическими медиа. Обзор медиапроектов социальных медиа: типологические характеристики, тенденции развития, роль медиаобразования.

Тема 2. Основы медиапроектирования. Этапы создания медиапроектов.

Медиапроектирование: определение, основные характеристики, функционал. Принципы медиапроектирования. Виды медиапроектов и этапы их разработки. Анализ информационного рынка: выявление заполненных и пустующих ниш. Оценка конкурентных преимуществ разрабатываемого медиапроекта.

Основные элементы портрета целевой аудитории СМИ и проектов в социальных медиа. Полевая структура целевой аудитории: ядро – периферия. Алгоритм составления портрета целевой аудитории медиапроекта. Интересы и потребности целевой аудитории: общее и особенное. Методы изучения интересов и потребностей целевой аудитории различных типов медиа. Интерпретация социологических исследований запросов и ценностей целевой аудитории. Виды и формы осуществления обратной связи с целевой аудиторией, их роль в наполнении контента медиапроекта.

Тема 3. Разработка и реализация концепции медиапроекта.

Этапы разработки и реализации концепции печатных и электронных медиапроектов: общее и особенное.

Содержательная модель как основа концепции медиапроекта. Элементы содержательной модели и их характеристика. Особенности определения тематического и жанрового направлений масс-медиа, подбор авторского состава. Формы подачи материалов, отбор основных функций журналистики, которые реализуются в СМИ и проектах социальных медиа.

Элементы композиционной модели и их характеристика. Типы композиционной модели. Особенности функционирования традиционных, сменяющихся и разовых рубрик. Роль текущего и перспективного планирования в разработке и реализации композиционной модели издания. Элементы графической модели медиапроекта и их характеристика. Особенности оформления основного текста, заголовочного комплекса и иллюстративного материала, вспомогательных элементов. Принципы эффективного дизайна и верстки. Роль графической модели в формировании фирменного стиля СМИ и проектов в социальных сетях.

Тема 4. Основы управление медиапроектами. Технология и принципы брендинга медиапроекта.

Брендинг: определение, характеристики, функции. Классификация брендов и этапы их формирования. Технология и принципы брендинга медиапроекта. Способы позиционирования и продвижения информационного товара на рынке масс-медиа и социальных медиа. Новые медиа как инструмент продвижения медиапроектов и альтернативная информационная площадка.

Второй семестр

Тема 1. Виды ребрендинга медиапроекта.

Жизненный цикл медиапроекта. Ребрендинг: определение, основные характеристики, виды, функции. Роль ребрендинга в управлении медиапроектом. Технология реализации ребрендинга концепции медиапроекта. Обзор удачных и неудачных примеров реализации ребрендинга медиапроектов: отечественный и зарубежный опыт. Брендинг и ребрендинг медиаобразовательных проектов, функционирующих в масс-медиа и социальных медиа.

Содержание работ по дисциплине

Таблица 2

Содержание работы	Виды и формы работы, час					Всего, час	Код компетенции
	Контактная работа				Самостоятельная работа, в т.ч. в форме практической подготовки*		
	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*			
Первый семестр							
Тема 1. Характеристики медиапроектов как информационного продукта.	2				16	18	ПК-3
Тема 2. Основы медиапроектирования. Этапы создания медиапроектов.			2		16	18	ПК-3
Тема 3. Разработка и реализация концепции медиапроекта.					16	16	УК-2, ПК-3
Тема 4. Основы управление медиапроектами. Технология и принципы брендинга медиапроекта.			2		18	20	УК-2, ПК-3
Второй семестр							
Тема 1. Виды ребрендинга медиапроекта.			4		64	68	УК-2
Подготовка к зачету					4	4	УК-2
Итого по дисциплине	2		8		134	144	

* 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 (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

4 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Основная учебная литература

1. Мельникова, Н. А. Медиапланирование [Электронный ресурс] : стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. - Москва : Дашков и К, 2012. - 180 с. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/6000> (дата обращения: 31.10.2019) . - Доступна эл. версия. ЭБС "IPRbooks". - ISBN 978-5-394-00338-7
2. Жилавская, И. В. Медиаобразовательные технологии российских СМИ [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. В. Жилавская. - Москва : Московский пед. гос. ун-т, 2017. - 148 с. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/72502.html> (дата обращения: 31.10.2019) . - Доступна эл. версия. ЭБС "IPRBooks". - ISBN 978-5-4263-0473-4

4.2 Дополнительная учебная литература

1. Кириллова, Наталья Борисовна Медиакультура : от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. - 2-е изд. - Москва : Академический Проект, 2006. - 448 с. - (Технологии культуры) (Gaudeamus). - Библиогр.: с. 432-444. - ISBN 5-8291-0702-3
2. Забелин, Л. Ю. Информационные технологии в медиаиндустрии. Основы программирования трехмерной графики [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. Ю. Забелин, М. Е. Щеглов, М. В. Шалаев. - Новосибирск : Сиб. гос. ун-т телекоммуникаций и информатики, 2011. - 72 с. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/54771.html> (дата обращения: 31.10.2019) . - Доступна эл. версия. ЭБС "IPRBooks"

4.3 Ресурсы открытого доступа

1. Полевое исследование медиацеха. URL: <https://media.mail.ru/>
2. Медиабренд: типологические характеристики. URL: <http://www.mediascore.ru/медиабренд-типологические-характеристики>
3. Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. URL: <http://prepod.nspu.ru/>
4. Основы медиабизнеса . URL: <http://www.iprbookshop.ru/8837>

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	
Первый семестр	
Тема 1. Характеристики медиапроектов как информационного продукта.	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 2 Ресурсы открытого доступа: 1, 4
Создание типологического альбома медиапроектов, иллюстрирующих разные классификации. Характеристика одного медиапроекта (по выбору студента) как информационного продукта.	
Проведение анализа сегмента аудиовизуальных, принт- и онлайн-медиапроектов в регионе (по выбору студента). Выявление заполненных и пустующих ниш. Выбор ниши для собственного медиапроекта.	
Тема 2. Основы медиапроектирования. Этапы создания медиапроектов.	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1, 2 Ресурсы открытого доступа: 1, 3, 4
Прописать этапы разработки авторского медиапроекта.	
Разработка бланка опросника, анкеты для проведения мониторинга интересов и потребностей целевой аудитории авторского медиапроекта.	

Тема 3. Разработка и реализация концепции медиапроекта.	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 2 Ресурсы открытого доступа: 1, 2, 4
Анализ концепции медиапроекта (по выбору студента). Выявление плюсов и минусов в содержательной, композиционной, графической (композиционно-графической) модели.	
Тема 4. Основы управление медиапроектами. Технология и принципы брендинга медиапроекта.	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1, 2 Ресурсы открытого доступа: 2, 3
1. Формирование типологического альбома, иллюстрирующего способы формирования торговой марки и бренда медиапроекта. 2. Выбор способов позиционирования и продвижения на рынке масс-медиа авторского медиапроекта.	
Второй семестр	
Тема 1. Виды ребрендинга медиапроекта.	Основная учебная литература: 1, 2 Дополнительная учебная литература: 2 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
1. Оценить эффективность ребрендинга концепции российских и зарубежных медиапроектов (по выбору студента). 2. Разработка вариантов ребрендинга авторского медиапроекта.	
Подготовка к зачету	Основная учебная литература: 1, 2 Дополнительная учебная литература: 2 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
Браузеры (веб-обозреватели)	Firefox	204, 321	https://addons.mozilla.org/ru/firefox/addon/statusbar-clock/eula/
Операционные системы	Windows 7 Professional	216	Лицензионное соглашение №60735976 от 01.08.2012 Договор №172 от 14.08.2012
	Ubuntu	204, 321	https://www.ubuntu.com/legal
Офисные приложения	Office Standard 2010	216	Лицензионное соглашение №60735976 от 01.08.2012 Договор №172 от 14.08.2012
	Libre Office	204, 321	https://wiki.documentfoundation.org/TDF/Policies/Trademark_Policy
	МойОфис Образование	216	Лицензионное соглашение №б/н от 01.08.2019 Договор №б/н от 01.08.2019

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. №204 «Лекционная аудитория»(Здание (Учебный корпус № 3))</p>	<p>Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Моноблок (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</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. №204 «Лекционная аудитория»(Здание (Учебный корпус № 3))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 1шт. Компьютерное оборудование: Моноблок (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</p>
<p>Ауд. №321 «Учебная аудитория»(Здание (Учебный корпус № 3))</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) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся</p>		
<p>Ауд. №216 «Помещение для самостоятельной работы»(Здание (Учебный корпус № 3))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 1шт. Компьютерное оборудование: Моноблок (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 5шт. 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</p>
<p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p>		

Ауд. №5 «Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования»(Здание (Учебный корпус №1))	Инвентарь: Специализированный инвентарь - 1шт. Здания/Сооружения: Сооружения - 1шт. Учебное оборудование и наглядные пособия: Милливольтметры - 1шт., Генераторы - 1шт., Измерители - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте - 1шт. Печатное и сканирующее оборудование: МФУ - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Виллойская, дом 28
---	---	---

6 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1 Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости

Таблица 7

№ п/п	Наименование темы	Код компетенции	Формы проверки
Первый семестр			
1	Тема 1. Характеристики медиапроектов как информационного продукта.	ПК-3	1. Защита типологического альбома. Выступление с презентацией медиапроекта.
2	Тема 2. Основы медиапроектирования. Этапы создания медиапроектов.	ПК-3	1. Выступление с результатами анализа аудиовизуальных, принт- и онлайн-медиапроектов в регионе.
3	Тема 3. Разработка и реализация концепции медиапроекта.	УК-2, ПК-3	1. Выступление с презентацией этапов разработки авторского медиапроекта.
4	Тема 4. Основы управление медиапроектами. Технология и принципы брендинга медиапроекта.	УК-2, ПК-3	1. Презентация типологического альбома. 2. Собеседование.
Второй семестр			
5	Тема 1. Виды ребрендинга медиапроекта.	УК-2	1. Защита проекта.

6.2 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Таблица 8

Оценочные материалы для промежуточной аттестации	
Второй семестр (Зачет)	
Код компетенции: УК-2	
<p>1. Создание авторского медиапроекта и разработка стратегии выведения его на информационный / медиаобразовательный рынок. Задание: разработать концепцию медиапроекта (по выбору студента) и стратегию выведения его на информационный рынок. Структура презентации</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Результаты анализ информационного рынка (соответствующего сегмента). Конкурентные преимущества разрабатываемого медиапроекта. 2. Название медиапроекта. 3. Типологические характеристики медиапроекта: типоформирующие и формальные признаки. 4. Портрет целевой аудитории. Учет характеристик целевой аудитории в процессе разработки концепции медиапроекта. 5. Характеристика содержательной модели медиапроекта. 6. Характеристика композиционной, графической (композиционно-графической) модели медиапроекта. 7. Варианты выведения медиапроекта на медиарынок. 8. Выбор способов позиционирования и продвижения медиапроекта. 9. Способы ребрендинга разработанной концепции медиапроекта. <p>Задание: разработать концепцию медиапроекта (по выбору студента) и стратегию выведения его на информационный рынок.</p>	
Код компетенции: ПК-3	

1. Создание авторского медиапроекта и разработка стратегии выведения его на информационный / медиаобразовательный рынок.

Задание: разработать концепцию медиапроекта (по выбору студента) и стратегию выведения его на информационный рынок.

Структура презентации

1. Результаты анализ информационного рынка (соответствующего сегмента). Конкурентные преимущества разрабатываемого медиапроекта.

2. Название медиапроекта.

3. Типологические характеристики медиапроекта: типоформирующие и формальные признаки.

4. Портрет целевой аудитории. Учет характеристик целевой аудитории в процессе разработки концепции медиапроекта.

5. Характеристика содержательной модели медиапроекта.

6. Характеристика композиционной, графической (композиционно-графической) модели медиапроекта.

7. Варианты выведения медиапроекта на медиарынок.

8. Выбор способов позиционирования и продвижения медиапроекта.

9. Способы ребрендинга разработанной концепции медиапроекта.

Задание: разработать концепцию медиапроекта (по выбору студента) и стратегию выведения его на информационный рынок.

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 объеме, 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 не 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.