

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
журналистики и литературы



Гордеев Ю. А.
18.05.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.03.01 Сторителлинг в медиакоммуникации

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 42.04.05 Медиакоммуникации
- 2. Профиль подготовки:** Массмедиа и контент-маркетинг
- 3. Квалификация выпускника:** магистр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра журналистики и литературы
- 6. Составители программы:** Жолудь Роман Владимирович, кандидат филологических наук, доцент
- 7. Рекомендована:** Научно-методическим советом факультета журналистики
18.05.2023 г. протокол № 8
- 8. Учебный год:** 2024-2025 **Семестр(ы):** 3

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является изучение принципов нарративного сторителлинга в сферах журналистики, рекламы и связей с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- изучить основные концептуальные принципы современного сторителлинга в журналистике;
- ознакомиться с эффективными практиками сторителлинга в журналистике, рекламных и PR-коммуникациях;
- овладеть общими и специальными принципами сторителлинга в сферах применения журналистики, рекламы и связей с общественностью;
- научиться создавать публикации в различных форматах сторителлинга.

10. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации, программа «Массмедиа и контент-менеджмент» (дисциплины по выбору).

Требования к входным знаниям, умениям и навыкам включают в себя:

- знание основных требований, предъявляемых к журналистским, рекламным и PR-текстам;
 - базовые навыки создания журналистских, рекламных и PR-текстов;
 - умение собирать, отбирать и обрабатывать информацию, исходя из поставленной творческой задачи;
 - умение творчески раскрывать содержание актуальных тем;
 - умение находить творческое решение при создании медийного контента.
- Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты	ПК-1.4	Руководит процессом создания нового медиаформата или творческого пилотного медиапроекта	Уметь: собирать и анализировать информацию, собранную из документальных источников
		ПК-1.5	Определяет потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов	Уметь: разрабатывать оригинальные творческие решения в реализации редакционных заданий, при раскрытии общественно значимых тем

				Владеть: творческими методами журналистского творчества в сфере сторителлинга
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.: 3 з. е. /108 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	Всего	№ семестра
Аудиторные занятия		
в том числе:	лекции	
	практические	
Самостоятельная работа		
Форма промежуточной аттестации	–	–
Итого:		

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
Лекции			
1.1	Общие принципы сторителлинга	История сторителлинга, предпосылки его появления. Базовые принципы сторителлинга. Сторителлинг и аудитория. Виды сторителлинга.	–
1.2	Сторителлинг в рекламе и связях с общественностью	Сторителлинг в рекламных и маркетинговых коммуникациях. Области применения сторителлинга в рекламе. Особенности рекламного сторителлинга. Сторителлинг в политических коммуникациях. Сторителлинг как инструмент создания корпоративного и персонального имиджа. Сторителлинг в антикризисных коммуникациях. Сторителлинг в социально ориентированных проектах.	–
1.3	Сторителлинг в журналистике	Виды сторителлинга в журналистике. Мультимедийный сторителлинг. Журналистика данных как вид сторителлинга: особенности, этапы работы над контентом.	–
2. Практические занятия			

2.1	Анализ медийной практики сторителлинга	Анализ практики сторителлинга в современных СМИ. Анализ практики сторителлинга в рекламных кампаниях. Анализ практики сторителлинга в кампаниях по управлению имиджем и репутацией. Анализ практики сторителлинга в антикризисных и социально ориентированных проектах.	
2.2	Практика сторителлинга	Определение цели, задач сторителлинга, достигаемых результатов. Определение аудитории, ее потребностей. Выбор стратегии, формы и сюжета сторителлинга с учетом целевой аудитории. Создание текстов и их последующий анализ.	
2.3	Журналистика данных	Выбор темы и формулировка гипотезы. Сбор и очистка данных. Обработка данных и анализ. Визуализация результатов анализа. Подготовка материала к публикации.	

13.2 Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
		Лекции	Практ. занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	Общие принципы сторителлинга	4	2	20	26
2	Сторителлинг в рекламе и связях с общественностью	6	6	20	32
3	Сторителлинг в журналистике	4	6	40	50
	Итого:	14	14	80	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Часть учебного материала изучается и на лекциях, и на практических занятиях, часть – только на лекциях или только на практических занятиях. Практические занятия представляют собой выполнение конкретных заданий и обсуждение результатов: на каждом занятии студенты получают домашнее задание и отчитываются о его выполнении на следующем занятии. Предусмотрена текущая аттестация по результатам выполнения практических заданий. Самостоятельная работа студента предполагает:

- изучение материалов лекций;
- изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы;
- подготовку к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий;
- подготовку и выполнение итогового практического задания.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Бобров А.А. Литературная работа журналиста : учебное пособие / А.А. Бобров. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 269 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454834
2	Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741 .

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. М., 2014.
4	Интернет-СМИ: теория и практика / под ред. М.М. Лукиной. - Москва, 2013..
5	Наумов В. Б. Право и Интернет: очерки теории и практики / В.Б. Наумов; Науч. ред. В. Б. Исаков; Рос. фонд прав. реформ. — М. : Университет, 2002. — 430 с.
6	Перфильев Ю. Ю. Российское интернет-пространство: развитие и структура / Ю.Ю. Перфильев. — М. : Гардарики, 2003. — 220 с.
7	Рассолов И. М. Интернет-право : учебное пособие для студ. вузов / И. М. Рассолов ; Моск. ун-т МВД России; Фонд содействия правоохран. органам "Закон и право". — М. : Закон и право : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 143 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
8	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. — (http://lib.vsu.ru)
9	Электронный университет. URL: https://edu.vsu.ru
10	Университетская библиотека онлайн. Электронная библиотечная система. URL: https://www.biblioclub.ru .

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Сторителлинг в журналистике // Электронный университет. – URL: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10272

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации дисциплины проводятся занятия практического типа (выполнение и анализ практических заданий), текущая аттестация (контрольная работа), используются элементы ЭО и ДОТ (электронный курс на платформе «Электронный университет ВГУ»), смешанное обучение.

Электронный курс «Сторителлинг в журналистике» (<https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10272>).

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1	Общие принципы сторителлинга	ПК-1	ПК-1.4, ПК-1.5	Опрос
2	Сторителлинг в рекламе и связях с общественностью	ПК-1	ПК-1.4, ПК-1.5	Выполнение заданий на практических занятиях
3	Сторителлинг в журналистике	ПК-1	ПК-1.4, ПК-1.5	Выполнение заданий на практических занятиях
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет				Итоговая практическая работа

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

- задания на практических занятиях;
- итоговая практическая работа.

Перечень заданий

Итоговая практическая работа

Описание технологии проведения

Каждый обучающийся самостоятельно заранее выбирает тему для создания публикации в стиле журналистики данных. Он также самостоятельно собирает данные, анализирует и визуализирует их с помощью онлайн-сервисов, готовит текст. На занятии каждый обучающийся представляет свою публикацию.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Оценивание проводится по двухбалльной системе. Критерии оценивания включают в себя:

- актуальность выбранной темы;
- раскрытие темы с помощью массивов данных;
- точность анализа и корректность интерпретации результатов;
- содержательное и техническое качество визуализации.

Оценка «зачтено» ставится, если результаты в значительной степени соответствуют перечисленным критериям оценивания.

Оценка «не зачтено» ставится, если результаты в большей степени или в целом не соответствуют перечисленным критериям оценивания.

Перечень тестовых заданий

"Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции (ПК-1)".

а) вопросы с закрытыми ответами:

1. Современный журналистский медиатекст (СЖМТ) – это:

- а) массовое развлекательное сообщение;
- б) термин-симулякр, квазинаучный концепт;
- в) текст, созданный в культурном пространстве для передачи актуальной информации;
- г). пропагандистское сообщение.

2. Медийный текст (МТ) – это:

- а) текст, создаваемый для массового гедонистического общения;
- б) термин-симулякр, дублирующий СЖМТ;
- в). любой текст в сфере массмедиа;
- г) текст, порождённый в сфере массовых коммуникаций и адекватно отражающий законы действительности и медийности.

3. Медийность – это:

- а) широкая популярность;
- б) термин-симулякр, дублирующий логику МТ;

- в) специфика любого текста в сфере массмедиа;
- г) свойство текстов, порождённых в сфере массовых коммуникаций и адекватно отражающих жизнь социума.

4. Наиболее известные учёные, изучавшие СЖМТ:

- а) М. Бахтин;
- б) А. Лосев;
- в) В. Моско;
- г) А. Эйнштейн.

5. Представители историко-культурного подхода к изучению СЖМТ:

- а) М. Бахтин;
- б) Я. Засурский;
- в) Ч. Моррис;
- г) С. Аверинцев.

6. Какой прием экспрессивизации языка СЖМТ считается сегодня наиболее популярным?

- а) использование статистики;
- б) языковая игра;
- в) использование цитат;
- г) обценная лексика.

7. Наиболее значимые признаки МТ:

- а) медийность как свойство текстов, порождённых в сфере массовых коммуникаций и адекватно отражающих жизнь социума;
- б) языковая игра;
- в) использование цитат;
- г) достоверность нарратива.

8. Наиболее значимые признаки рекламного текста (РТ):

- а) достоверность;
- б) убеждающая энергия;
- в) лапидарность;
- г) эстетическая значимость.

9. Главные признаки категории «событийность» в МТ:

- а) достоверность;
- б) сенсационность;
- в) сингулярность;
- г) масштабность и значимость освещаемых событий.

10. Научность в СЖМТ – это:

- а) достоверность;
- б) сенсационность;
- в) истинность, точность и системность в исследовании действительности;
- г) масштабность и значимость освещаемых событий.

11. Анализ МТ в первую очередь предполагает;

а) научный подход к интерпретации целей автора, к изучению структуры и стиля МТ, к процедуре верификации и к комментарию мнений любого реципиента;

б) герменевтический анализ контекста МТ;

в) истинность, точность и системность в исследовании смысла МТ;

г) знание фрактальной природы МТ.

12. PR-тексты в основном:

а) являются органической частью СЖМТ;

б) являются частью стратегий продвижения товара;

в) являются смежной частью системы МТ;

г) являются органической частью системы симулякров.

13. РТ обязательно содержат в своей структуре:

а) элементы художественности;

б) элементы дидактики;

в) элементы историзма;

г) элементы марксизма.

14. СЖМТ в основном:

а) содержат манипулятивные интенции;

б) не содержат манипулятивные интенции;

в) содержат анти-манипулятивные интенции;

г) являются органической частью системы симулякров.

15. МТ обладают свойством публицистичности? Когда?

а) всегда;

б) иногда;

в) никогда;

г) периодически.

16. Публицистический текст – это:

а) актуальное сообщение для массовой аудитории;

б) актуальное сообщение для массовой аудитории, жанрово-стилевое образование, имеющее свойства научных и художественных текстов и помогающее познавать историческую действительность;

в) актуальное сообщение новостного порядка в СМИ;

г) актуальное сообщение политического характера.

17. В каких изданиях регулярно освещаются проблемы изучения СЖМТ?

а) «Вопросы литературы»;

б) «Наука и жизнь»;

в) «Филологические науки»;

г) «Меди альманах» (МГУ).

18. Сборник эссе «Мегабитовая бомба» принадлежит:

а) У. Эко;

б) Т. Пейну;

в) Ж. Бодрийяру;

г) С. Лему.

19. Главными признаками сетевого СЖМТ служат:

- а) гипертекстуальность;
- б) публицистичность;
- в) декоративность;
- г) комизм.

20. Основные пороки телевизионных СЖМТ:

- а) пропагандистский уклон и несвобода;
- б) речь телеведущих;
- в) наличие и избыток рекламы;
- г) культ О. Скабеевой.

21. Какой из приведенных ниже заголовков больше подходит для жанра заметки?

- а) В Воронеже отменили празднование Дня города;
- б) Карнавала не будет;
- в) Не до праздников
- г) Что ждет воронежцев в выходные?

22. Какой вариант мультимедийной публикации лучше всего подходит для материалов-инструкций, содержащих алгоритмы действий? (Например, как оформить пособие, как пожаловаться на некачественное оказание услуг и т. п.).

- а) видеоролик;
- б) подкаст;
- в) текст с инфографикой;
- г) текст.

23. Журналистскую деятельность, которой эпизодически занимаются люди, не занимающиеся профессиональной журналистикой, называется:

- а) авторская журналистика;
- б) внештатная журналистика;
- в) гражданская журналистика;
- г) любительская журналистика.

24. Одним из важнейших элементов концепции «Веб 2.0» является:

- а) высокая скорость интернет-соединения;
- б) контент, создаваемый пользователями интернета;
- в) появление IT-гигантов (Google, Amazon и др.);
- г) развитие мобильного интернета.

25. Конвергенция СМИ стала возможна благодаря:

- а) возможности оцифровки любой информации независимо от ее первоначального носителя;
- б) появлению социальных сетей;
- в) популярности телевидения;
- г) уменьшению интереса аудитории к бумажным изданиям.

б) вопросы с открытым ответом

26. Вставьте пропущенное слово.

... как новая медиакommunikационная среда стал главной причиной кризиса прессы.

Ответ: интернет.

27. Назовите формат материала в интернет-СМИ (его иногда называют даже новым жанром), в котором сочетаются текст, фотографии, аудио и видео.

Ответ: лонгрид.

28. Вставьте пропущенное слово.

... помогает визуализировать цифровые данные в журналистской публикации, наглядно показать тренды. Она бывает статичная и интерактивная.

Ответ: инфографика.

29. Вставьте пропущенное слово.

Основными показателями вовлеченности аудитории в социальных сетях являются лайки (реакции), репосты и комментарии. Самыми ценными из них считаются

Ответ: комментарии.

30. Вставьте пропущенное слово.

Показатель демонстрирующий количество пользователей социальной сети, увидевших пост, называется ... поста.

Ответ: охват.

31. Что лежит в основе механизма автоматического формирования ленты пользователя и рекомендаций в социальных сетях?

Ответ: алгоритм.

32. Вставьте пропущенное слово.

... - это возможность мгновенной обратной связи, реакции от аудитории СМИ. В интернет-изданиях к ее проявлениям относят комментарии, оценки, реакции, голосование.

Ответ: интерактивность.

33. Вставьте пропущенное слово.

Появление цифровой информации и развитие интернета привели к возникновению такого явления, как ... СМИ . Под ней понимают объединение различных типов медиа на одной платформе.

Ответ: конвергенция.

34. Как называется процесс верификации информации при подготовке журналистского материала?

Ответ: фактчекинг.

35. Вставьте пропущенное слово.

Поисковая ... (SEO) позволяет адаптировать сайт СМИ для наиболее эффективной индексации поисковыми системами.

Ответ: оптимизация.

35. Вставьте пропущенное слово.

Для улучшения индексации сайта поисковыми системами в процессе поисковой оптимизации в текст на страницах сайта добавляют ключевые Их выбор определяется в зависимости от того, по каким запросам должны находить сайт поисковые системы.

Ответ: слова.

36. Вставьте пропущенное слово.

WhatsApp, Viber, Telegram, Signal – это

Ответ: мессенджеры.

37. Как называется поток пользователей, посещающих сайт?

Ответ: трафик.

38. Вставьте пропущенное слово.

Для распространения информации в мессенджере редакция СМИ создала в нем Это самый популярный механизм в мессенджерах, позволяющий пользователям подписываться на интересующие их источники.

Ответ: канал.

39. Для автоматизации обратной связи с аудиторией в мессенджере редакция может использовать ... – программируемое средство общения.

Ответ: бот.

40. Как называется качество контента, которое обеспечивает ему быстрое распространение от пользователя к пользователю (например, в соцсетях)?

Ответ: виральность.

41. Как называется интернет-сервис, собирающий и публикующий определенную информацию из других источников (например, новости)? Примеры таких сервисов: «Яндекс Новости», «Новости Mail.ru».

Ответ: агрегатор

42. Вставьте пропущенное слово.

... - это аудиопрограмма, состоящая из нескольких эпизодов, которые объединяются общей тематикой, структурой и т. д.

Ответ: подкаст.

43. Как называется процесс извлечения прибыли из контента, в котором привлекательность и популярность контента конвертируется в денежный эквивалент?

Ответ: монетизация.

44. Вставьте пропущенное прилагательное.

Инфографика, интерактивные карты, видеоролики – это ... элементы лонгрида.

Ответ: мультимедийные.

45. Как называется процесс (механизм) настройки интернет-рекламы на целевую аудиторию по конкретным параметрам?

Ответ: таргетинг.

в) мини-кейсы

46. Вам предстоит определить ценность сообщества во «ВКонтакте» для публикации в нем рекламного поста. Какой количественный показатель сообщества для вас будет наиболее важным? Почему?

Ответ: охваты (количество просмотров) постов, т. к. этот показатель демонстрирует реальное число пользователей, увидевших пост в своей ленте.

47. Сайт вашего издания не отображается в поисковой выдаче по ключевым словам. В чем причина? Какие меры необходимо принять?

Ответ: сайт не индексируется (не находится) поисковыми системами, необходима поисковая оптимизация сайта (SEO).

48. Для поисковой оптимизации вашего сайта вам предлагают увеличить количество ключевых слов на страницах сайта до 15%. Согласитесь ли вы на этот шаг? Почему?

Ответ: это очень высокая доля ключевых слов, поисковые системы могут расценить ее как нарушение и заблокировать сайт. От такого шага нужно воздержаться.

49. Заголовок заметки на сайт воронежского СМИ выглядит так: «В ноябре придут экстремальные холода». Что необходимо добавить в заголовок для правильной индексации страницы сайта?

Ответ: добавить в заголовок упоминание о регионе, например, «в Воронеж».

50. Вам предлагают вести проект в форме инструкций для потребителей, попавших в сложные ситуации при покупке товаров. Рассматриваются два варианта: тексты с инфографикой или подкасты. Какой выбор сделаете вы и почему?

Ответ: подкаст – не лучший формат для такой темы. Инструкция предполагает большое количество практически значимой информации, а она плохо воспринимается на слух. Лучший вариант здесь – текст с инфографикой.

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) тестовые задания:

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);

2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется на основе результатов выполнения текущей аттестации (контрольной работы).