

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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой  
*Кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна*  
наименование кафедры, отвечающей за реализацию дисциплины



Тулупов В.В.

17.04.2025

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.В. ДВ.06.01 Игровые технологии в создании медиапроекта**  
*Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом*

**1. Код и наименование направления подготовки:**

42.03.05 Медиакоммуникации (бакалавриат)

---

**2. Профиль подготовки:**

«Работа с контентом в массмедиа»

**3. Квалификация выпускника:** бакалавр

**4. Форма обучения:** очная

**5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** связей с общественностью, рекламы и дизайна

**6. Составители программы:** Курганова Е.Б., кандидат филологических наук, доцент

**7. Рекомендована:** протоколом НМС факультета журналистики №8 от 17.04.2025

**8. Учебный год:** 2028/2029

**Семестр:** 7

**9. Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель курса:** формирование компетенций по разработке и продвижению информационных продуктов с применением игровых технологий.

**Задачи курса:** знакомство студентов с основными профессиональными терминами в области игровых технологий в сфере медиакоммуникаций, формирование представлений о видах игровых технологий, применяемых при

создании медиапроекта, философско-психологическом и лингвистическом аспекте категории игры.

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:** Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Медиакоммуникации», профиль «Работа с контентом в масс-медиа». Учебная дисциплина «Игровые технологии в создании медиапроекта» относится к циклу дисциплин по выбору Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации (бакалавриат). Дисциплина связана со следующим учебным курсом: Нейминг в массовой коммуникации.

**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	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-1	способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	ПК-1.1	владение навыками создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах	Знать способы создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах Уметь создавать, обрабатывать, компоновать информацию в различных средах и на различных носителях и платформах Владеть навыками создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах
		ПК-1.5	умение предлагать творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать методы выработки творческих решений с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта Уметь предлагать творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта Владеть навыками предложения творческого решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час (в соответствии с учебным планом) — 108 часов/ 3 ЗЕТ. Форма промежуточной аттестации – зачет.**

### 13. Трудоемкость по видам учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)			
	Всего	По семестрам		
		7 семестр		
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>32</b>	<b>32</b>		
в том числе: лекции	16	16		
практические	16	16		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>76</b>	<b>76</b>		
<b>Контроль</b>				
<b>Итого:</b>	<b>108</b>	<b>108</b>		

#### 13.1. Содержание дисциплины:

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
1	Философско-психологическое рассмотрение категории игры	Понятие игры в представлении зарубежных и отечественных философов и психологов. Антонимичная пара "игра – серьезность". Отличительные признаки игры.	ЭУМК «Геймификация» <a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a>
2	Воплощение категории игры в языке.	Виды языковой игры. Прецедентные тексты в рекламной и PR-практике. Комическое как словесная форма языковой игры. Основные признаки комического. Остроумие как одна из форм языковой игры. Виды острот, наиболее часто применяющиеся в рекламных и PR-посланиях. Значение языковой игры в рекламе и PR.	ЭУМК «Геймификация» <a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a>
3	Игровые приемы в современном журналистском, рекламном и PR-тексте	Словообразовательные игры. Игры с сочетаемостью слов. Игры с многозначностью. Использование жаргонизмов. Морфологические игры. Графика как элемент игры. Фонетическая игра в журналистском, рекламном и СО-тексте.	ЭУМК «Геймификация» <a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a>
4	Геймификация в создании медиапроекта	Понятие геймификации. Игрофицированные решения в практике b2b, b2c, b2p коммуникаций.	ЭУМК «Геймификация» <a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a>

#### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего

1	Философско-психологическое рассмотрение категории игры	2	2		8	12
2	Воплощение категории игры в языке.	2	2		8	12
3	Игровые приемы в современном журналистском, рекламном и PR-тексте	6	6		16	28
4	Геймификация в создании медиапроекта	6	6		44	56
Итого		16	16		76	108

#### **14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

*(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: работа с конспектами лекций, презентационным материалом, выполнение практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.)*

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего бакалавра медиакоммуникаций. Самостоятельная работа должна быть системной и проходить в тесном контакте с преподавателем. Она предполагает максимальную заинтересованность студентов в усвоении дисциплины, их творческую инициативу, умение планировать личное время.

Систематизированные основы научных знаний по изучаемой дисциплине закладываются на занятиях, посещение которых обязательно для обучающихся. В ходе занятия они внимательно следят за ходом изложения материала, аккуратно ведут конспект. Конспектирование – одна из форм активной самостоятельной работы, требующая навыков и умений кратко, системно, последовательно и логично формулировать положения тем. Культура записи – важнейший фактор успешного и творческого овладения материалом по ключевым вопросам изучаемой дисциплины. Неясные моменты выясняются в конце занятия в отведенное на вопросы время. Рекомендуется в кратчайшие сроки после объяснения преподавателя проработать материал, а конспект дополнить и откорректировать. Последующая работа над конспектом воспроизводит в памяти содержание теоретического материала, позволяет дополнить запись, выделить главное, творчески закрепить изученное в памяти.

Помимо конспектов при подготовке к практическим занятиям студенты должны обращаться к учебникам, учебным и методическим пособиям, указанным в пунктах 15 и 16. Для обеспечения полноценной самостоятельной работы студентов преподавателями кафедры были разработаны следующие учебные пособия «Связи с общественностью: теория и практика», «Реклама и связи с общественностью: Теория и практика», «Задачник по PR».

На практических занятиях практикуются экспресс-опросы студентов, проведение мозговых штурмов при решении кейсов и задач по курсу.

Основное внимание следует уделять выработке у студентов навыков при выполнении практических заданий 1) в рамках внеаудиторной дидактической формы самостоятельной работы (поиск рекламных объявлений и СО-текстов в сети Интернет и СМИ для проведения анализа примененных игровых технологий); 2) внеаудиторной творческой формы (внеаудиторной творческой формы

(создание журналистского текста, рекламного объявления или СО-текста с применением игровых технологий, разработка геймифицированного медиапроекта).

**15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)**

**а) основная литература:**

№ п/п	Источник
1.	Теория и практика рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / под ред. В. В. Тулупова ; Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2022. – 364 с.
2.	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.360-372.

**б) дополнительная литература:**

№ п/п	Источник
3.	Курганова Е.Б. Игровой аспект в современном рекламном тексте : учебное пособие по специальности 070701-реклама/ Е.Б. Курганова ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Родная речь, 2004 .— 122 с. — Режим доступа: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/feb05014.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/feb05014.pdf</a>
4.	Курганова Е.Б. Геймификация: принципы и практика (рабочая программа, задачник, глоссарий): учебно-метод.пособие. – Воронеж: Факультет журналистики, 2020. – 62 с. Режим доступа: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m20-64.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m20-64.pdf</a>

**в) информационные электронно-образовательные ресурсы:**

№ п/п	Ресурсы Интернет
5.	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>
6.	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: <a href="https://lib.vsu.ru/">https://lib.vsu.ru/</a>
7.	Независимый журнал о PR.– Режим доступа: <a href="http://www.mediabitch.ru">http:// www.mediabitch.ru</a>
8.	Открытый курс по геймификации – Режим доступа: <a href="https://www.coursera.org/learn/gamification">https://www.coursera.org/learn/gamification</a>
9.	Сайт о творчестве – Режим доступа: <a href="http://www.adme.ru">http:// www.adme.ru</a>
10.	ЭУМК «Геймификация в рекламе и СО» – Режим доступа: <a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a>
11.	Портал РАСО (русской ассоциации по связям с общественностью). – Режим доступа: <a href="https://raso.ru/">https://raso.ru/</a>
12.	Информационный портал по российскому рынку рекламы, маркетинга и PR. – Режим доступа: <a href="http://www.sostav.ru">http://www.sostav.ru</a>
13.	Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. – Режим доступа: <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a>
14.	Портал АКАР (Ассоциации коммуникационных агентств России). – Режим доступа: <a href="https://www.akarussia.ru/">https://www.akarussia.ru/</a>

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачники, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)**

1	Задачник по PR: практикум / А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, Е.Ю.Красова, и др./ под ред. Щекиной И.А. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2020. - 146 с.
2	Коммуникационный проект (творческая ВКР): учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б.

	Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с.
3	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – С.249-260.
4	Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / [А.Е. Богоявленский и др.]; АНО "Ин-т полит. анализа и стратегий"; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж: Кварта, 2010. – 327 с.
5	Учебно-методическое пособие по подготовке ВКР на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / А. А. Давтян, Р. В. Дыкин, Е. Ю. Красова, и др./ под ред. И. А. Щекиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2021. – 108 с.

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

При реализации программы применяется смешанное обучение – образовательный подход, совмещающий обучение с участием преподавателя (лицом к лицу) с онлайн-обучением и предполагающий элементы самостоятельного контроля учащимся времени, места и темпа обучения, а также интеграцию опыта обучения с преподавателем и онлайн. Данный подход реализуется с помощью ЭУМК «Геймификация в рекламе и СО» <https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754>. В ходе занятий с участием преподавателя используются информационно-коммуникационные технологии (лекция-презентация, выступления, доклады), групповые технологии (например, при выполнении прикладного проекта в команде), игровые технологии (внедрение игрофицированных элементов в процесс обучения), кейс-технологии (ситуационные задачи и упражнения, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), игровое проектирование) и другие. Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

### **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.

*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; ПК (intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55” Haier

*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. 118** (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; ПК (Intel/16Gb/HDD 1Tb) (10 шт), Тв 55” Haier

**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 Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная

защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление), 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.	Раздел 1. Философско-психологическое рассмотрение категории игры Раздел 2. Воплощение категории игры в языке. Раздел 4. Геймификация в создании медиапроекта	ПК-1 способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	ПК-1.1 владение навыками создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах	Тест/Контрольная работа
2.	Раздел 3. Игровые приемы в современном журналистском, рекламном и PR-тексте.		ПК-1.5 умение предлагать творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта	Контрольная работа
Промежуточная аттестация форма контроля - зачет				Перечень вопросов Практическое задание

## 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:

#### 20.1.1 Тестовые задания

#### Примерные вопросы для тестирования по дисциплине

#### Б1.В. ДВ.06.01 Игровые технологии в создании медиапроекта

1. Кто считается родоначальником геймификации?
  - А) Й.Хейзинга;
  - Б) Г. Зихерман;
  - В) Л. Витгенштейн.

2. В какой стране зародилась геймификация?

- А) США;
- Б) Нидерланды;
- В) Германия.

3. Что значит «мыслить воронками», согласно концепции Г.Зихермана?

- А) Создать стимул у потребителей выполнять желаемые действия;
- Б) Вовлекать потребителя в сетевой маркетинг;
- В) Развивать обратную связь.

4. Какой принцип должен лежать в основе конкурса, рассчитанного на потребителя?

- А) принцип 3 f: fun, free & fantastic;
- Б) принцип 4 p: product, price, promotion, place;
- В) принцип формулы RACE.

5. Для какой аудитории предназначены игрофицированные решения, применяемые в секторе b2p?

- А) для потребителей;
- Б) для персонала;
- В) для партнеров.

Ключ: 1б) 2а) 3а) 4а) 5б).

## 20.1.2 Перечень заданий для контрольных работ

### Пример заданий для контрольных работ по дисциплине

#### **Б1.В. ДВ.06.01 Игровые технологии в создании медиапроекта**

**Задача 1.** Какой игровой прием использовала PR-команда Кирсана Илюмжинова, создав в рамках его избирательной кампании на пост Президента ФИДЕ в марте 2006 года слоган «Chess. FIDE. Fidelity» (англ. – Шахматы. ФИДЕ. Верность.)?

Для справки: Кирсан Илюмжинов занимает пост Президента ФИДЕ с 1996 года. Понятие «верность» в предвыборной кампании-2006 стало ключевым и символизировало непоколебимую решимость Кирсана Илюмжинова следовать по пути начатых им реформ.

**Задача 2.** Kaspersky и студия Toolbox запустили в сеть ролики из серии «Альтернативная история» о том, как антивирусное программное обеспечение может изменить ход истории, и как много значит защита. В данных роликах рассказываются альтернативные истории великого русского поэта А.С. Пушкина, героя романа Достоевского «Преступление и наказание» Родиона Раскольников, Чапаева и даже Дарвина. В мультфильмах наглядно изображено, как бы прошла жизнь героев, используя они антивирус Касперского. Основная идея роликов проста и в тоже время глобальна: Kaspersky меняет историю.

Какой вид языковой игры использован в данном примере?

**Задача 3.** Выделите элементы геймификации в приведенном ниже кейсе:

Американский рэп-исполнитель Хаким Серики, известный под псевдонимом Chamillonaire, объединил всех фанатов на своей виртуальной платформе Chamillonaire.com. Ресурс награждает значками, званиями и даже специальными монетами поклонников звезды за различные действия: комментирование, участие в конкурсах, загрузку фото или видео и т.д. Из тех, кто преуспел, формируется список наиболее преданных певцу фанатов, для которых разыгрываются более ценные призы. Сам рэп-исполнитель благодаря сайту имеет возможность не только прямого контакта с поклонниками, но и дополнительные рычаги воздействия на звукозаписывающие студии. Ведь комментарии преданных слушателей – лучший способ убедить владельцев аудиостудий в том, что песни Chamillonaire действительно интересны аудитории.

**Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при текущей аттестации**

Для оценивания результатов обучения в ходе текущей аттестации используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом дисциплины;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение применять теоретические знания на практике, решать практические задачи в области медиакоммуникаций.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области медиакоммуникаций. Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области медиакоммуникаций, но допускает при этом отдельные ошибки. Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не умеет применять теоретические знания для решения практических задач в области медиакоммуникаций.	Повышенный, базовый и пороговый уровни	Отлично Хорошо Удовлетворительно/ Зачтено
Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в области медиакоммуникаций.	–	Неудовлетворительно/ Незачтено

**20.2 Промежуточная аттестация**

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

**Собеседования по вопросам к зачету**

*(наименование оценочного средства промежуточной аттестации)*

### 20.2.1 Перечень вопросов к зачету

№ п/п	Перечень вопросов
1	Понятие игры. Отличительные свойства игры.
2	Философско-психологическое рассмотрение категории «игра».
3	Воплощение категории игры в языке. Языковая игра: понятие, свойства, функции.
4	Прецедентные тексты в журналистской, рекламной и PR-практике.
6	Комическое как словесная форма языковой игры. Остроты, используемые в рекламных обращениях.
7	Использование неологизмов в современной журналистской, рекламной и PR-практике. Аббревиатуры в журналистских, рекламных и PR-сообщениях
8	Игры с сочетаемостью слов в журналистских, рекламных и PR-сообщениях.
9	Игры с многозначностью в журналистских, рекламных и PR-сообщениях .
10	Использование жаргонизмов в современной журналистской, рекламной и PR-практике.
11	Морфологические игры в современных журналистских, рекламных и PR-сообщениях.
12	Фонетическая игра в журналистике, рекламе и PR.
13	Графическая игра в журналистике, рекламе и PR.
14	Понятие геймификации. Геймификация в создании медиапроекта.
15	Игрофицированные решения в практике b2c.
16	Игрофицированные решения в практике b2b.

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины, осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах тестирования; письменной работы (контрольной работы); оценки результатов практической деятельности (курсовая работа). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Промежуточная аттестация может включать в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используется следующая шкала:

5 баллов ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их при решении практических задач;

4 балла ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, но допускает незначительные ошибки, неточности, испытывает затруднения при решении практических задач;

3 балла ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, допускает значительные ошибки при решении практических задач;

2 балла ставится, если обучающийся демонстрирует явное несоответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям.

При сдаче экзамена:

оценка «отлично» – 5 баллов,

оценка «хорошо» – 4 балла,

оценка «удовлетворительно» – 3 балла,

оценка «неудовлетворительно» – 2 балла.

При сдаче зачета:

«зачтено» – 3-5 баллов,

«не зачтено» – 2 балла.