

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ПРИДНЕСТРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Т.Г. ШЕВЧЕНКО»**

Факультет государственного управления и социально-гуманитарных наук

Кафедра государственного управления

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

Т.Д. Залевская

«19» 03 2021 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

Работник сферы государственной молодежной политики
Наименование программы

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Связи с общественностью в работе с молодежью
Наименование дисциплины

Трудоемкость: 2 з.е.

Контактная работа (час.): 54

Самостоятельная работа (час.): 18

1.Паспорт рабочей программы

Область применения программы: рабочая программа данной учебной дисциплины является частью дополнительной профессиональной образовательной программы профессиональной переподготовки «Работник сферы государственной молодежной политики» и предназначена для организации образовательной деятельности слушателей, обучающихся по данной программе профессиональной переподготовки.

Целью дисциплины является изучение реального функционирования института связей с общественностью в современном социуме, овладение обучающимися необходимыми теоретическими познаниями и навыками профессиональной работы в области современных связей с общественностью в организации работы с молодежью.

Задачами дисциплины являются:

- дать основные представления о связях с общественностью;
- представить системный комплекс знаний о существовании в современном обществе связей с общественностью как социального института;
- сформировать представления о тенденциях и специфике организации работы с молодежью;
- сформировать навыки разработки и реализации проектов, PR-кампаний в области развития и поддержки социальных инициатив молодежи.

Дисциплина читается в 3 семестре, форма контроля –зачет с оценкой.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины:

№ разд ела	Наименование разделов (тем) Содержание учебного материала по темам, наименование и тематика практических занятий, самостоятельной работы слушателей	количество часов				
		всего	аудиторная работа			СР
			Л	ПЗ	ЛЗ	
1	Основы дисциплины связи с общественностью	35	14	12		9
1.1	Тема 1. Связи с общественностью – наука об управлении общественным мнением. Основные понятия и определения, цели и составляющие PR. Функции PR и направления деятельности. Теория коммуникации. Основные современные теории коммуникации.	6	2	2	-	2
1.2	Тема 2. Коммуникативное пространство как сфера PR- деятельности. Коммуникативная модель PR- технологий. Коммуникация и распространение информации в обществе. Элементарные операции PR- технологий (присоединение, дистанцирование, изменение отношений), их характеристика.	6	2	2	-	2
1.3.	Тема 3. Коммуникативные науки в сфере связей с общественностью. Наука риторика как теория ораторской речи. Теория аргументации, основные характеристики. Герменевтика - искусство понимания и истолкования. Теория переговоров, основные теоретические модели.	8	4	2	-	2
1.4	Тема 4. Применение PR- технологий в различных сферах коммуникативного пространства Место PR в комплексе маркетинга. PR-аудитория: типология, теория «публики». Характеристики целевой аудитории. Уровни воздействия. Кризисные PR- технологии, их характеристика.	15	6	6	-	3

	Государственные PR- технологии, их характеристика. Избирательные (политические) PR-технологии, их характеристика. Благотворительность и технология social branding.					
2	Технологии связи с общественностью в работе с молодёжью	37	14	14		9
2.1	Тема 5. Формы подачи новостных материалов и организация PR-коммуникаций. Публичные речи, их написание и произнесение. Выступление на радио и телевидении. Пресс-релиз, структура и характеристика. Пресс-конференция: виды и условия организации. Виды презентаций. Требования к организации.	15	6	6	-	3
2.2.	Тема 6. Методы воздействия на потребителя информации. Понятие менеджмент новостей, этапы менеджмента новостей. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала.	11	4	4	-	3
2.3.	Тема 7. Управление связями с общественностью в сфере работы с молодёжью. PR как функция менеджмента социальной работы. PR-кампания, структура, программный подход. Планирование и организация проведения PR-кампании. Управление коммуникативными событиями. Качественные и количественные методы социологических исследований в маркетинге и PR в системе социальной работы. Служба PR в организации: функции, структура, состав.	11	4	4	-	3
	Итого	72	28	26	-	18

2. Планируемые результаты обучения дисциплины

По результатам освоения учебной дисциплины слушатели должны обладать следующими профессиональными компетенциями и индикаторами их достижения:

№	Вид(ы) или область(ы) сфера(ы) профессиональной деятельности	компетенции, трудовые функции или трудовые действия	индикатор достижения компетенции		
			практический опыт	знания	умения
1	ВД 1 - разработка и реализация программ, проектов, мероприятий, в том числе международных, в сфере государственной молодежной политики.	ПК 1.1 – способность разрабатывать и реализовывать программы и/или проекты в сфере государственной молодежной политики;	самостоятельная деятельность по разработке и реализации программ и/или проектов в сфере государственной молодежной политики	нормативно-правовых актов, методических и аналитических материалов в сфере государственной молодежной политики	разрабатывать программы и/или проекты, долгосрочные прогнозы, концепции, планы в сфере государственной молодежной политики
2	ВД 1 - разработка и реализация программ,	ПК 1.2 – способность организовывать и	самостоятельная деятельность по организации	основные подходы, направления и	применять различные методы и

	проектов, мероприятий, в том числе международных, в сфере государственной молодежной политики.	проводить мероприятия различного уровня и направленности в сфере государственной молодежной политики;	и проведению мероприятий различного уровня и направленности в сфере государственной молодежной политики	технологии работы по организации и проведению мероприятий различного уровня и направленности в сфере государственной молодежной политики	технологии работы с молодежью, проводить анализ и самоанализ качества организации и проведения мероприятий
3	ВД 2 - взаимодействие с молодежными и детскими общественными объединениями; с государственными организациями, ведомствами, учреждениями, с общественными институтами.	ПК 2.1 – способность взаимодействовать с молодежными и детскими общественными объединениями;	самостоятельная деятельность по организации взаимодействия с молодежными и детскими общественными объединениями	основных методов, подходов, направлений и технологий работы с молодежью, психолого-педагогических основ работы с молодежью	организация консультирования и информирования молодежи, в т.ч. средствами СМИ, привлечения к разработке программ, проектов, мероприятий

3. Информационное и учебно-методическое обеспечение обучения

Основная литература:

1. Бейзеров, В. А. Связи с общественностью: учебное пособие / В. А. Бейзеров. — Гомель: ГГУ имени Ф. Скорины, 2025. — 245 с. — ISBN 978-985-32-0125-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/508145> (дата обращения: 28.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Кургаева, Ж. Ю. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие / Ж. Ю. Кургаева. — Казань: КНИТУ, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-7882-3185-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/330860> (дата обращения: 28.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Емельянов, С. М. Связи с общественностью: управление рисками и кризисными коммуникациями: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2025. — 204 с. — ISBN 978-5-507-50887-7. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/484388> (дата обращения: 28.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Савинова, О. Н. Связи с общественностью в органах власти и управления: учебно-методическое пособие / О. Н. Савинова, К. А. Болдина. — Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2025. — 51 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/507789> (дата обращения: 28.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Демчук, Н. В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие / Н. В. Демчук. — Новокузнецк: КГПИ КемГУ, 2015. — 119 с. — ISBN 978-5-8353-1460-7. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169577> (дата обращения: 28.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Бушев, А. Б. Связи с общественностью: кризисная и конфликтная коммуникация в цифровую эпоху: учебное пособие для вузов / А. Б. Бушев. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2026. — 140 с. — ISBN 978-5-507-54967-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/513583> (дата обращения: 28.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. Петрова, О. А. Реклама и связи с общественностью в Интернете. Курс лекций для студентов бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения: учебное пособие / О. А. Петрова. — Красноярск: СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2024. — 72 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/479291> (дата обращения: 28.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8. Марков, А. А. Связи с общественностью в госучреждениях: Электронное учебное пособие: учебное пособие / А. А. Марков. — Санкт-Петербург: ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 111 с. — ISBN 978-5-94047-651-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/63789> (дата обращения: 28.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

9. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии. Под редакцией В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. Москва, 2011.

10. Е. Н. Нархова, Д. Ю. Нархов Коммуникативные технологии в молодежной политике. Екатеринбург, Издательство Уральского университета, 2022. Электронная версия-
коммуникативные технологии в молодежной политике.pdf

Дополнительная литература:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н., Скворцов Я.Л., Тарасов А.С. Теория и практика связей с общественностью. 2-й изд.- СПб.: Питер, 2010.- 240 с.

2. Кузнецов П.А. Социальная реклама. Теория и практика: уч. пос. для студ. Вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью». М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.- 175 с.

3. Вылегжанин, Д. А. Вылегжанин, Д. А. Теория и практика публичных рилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д. А. Вылегжанин. — 4-е изд., стер. — Москва: ФЛИНТА, 2019. — 371 с. — ISBN 978-5-9765-0272-7. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047502>

4. Калмыков, С. Б. Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией: монография / С.Б. Калмыков, Н.П. Пашин. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 229 с. — (Научная мысль). — www.dx.doi.org/10.12737/23289. — ISBN 978-5-16-012554-1. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1229807>

5. Кузнецов, П.А. Социальная реклама. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П.А. Кузнецов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 175 с. — ISBN 978-5-238-01829-4. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028858>

6. Социальная реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л.М. Дмитриева [и др.]; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — (Серия «Азбука рекламы»). — ISBN 978-5-238-01544-6. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/102885>

Электронные и интернет-ресурсы

1. ВЦИОМ (официальный сайт) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://wciom.ru>

2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации — <https://www.minobrnauki.gov.ru/> Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки — <http://obrnadzor.gov.ru/> Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования — <http://fgosvo.ru>

3. Федеральный портал «Российское образование» — <http://www.edu.ru/>

4. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» — <http://window.edu.ru/>

5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

1. Электронно-библиотечная система «Знаниум» – <https://znanium.ru/>

2. Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН (Интернет ресурсы) – <https://www.fnisc.ru/eresurs.html>

3. Официальный сайт журнала «Социологические исследования» – <http://www.isras.ru>

4. Электронная библиотечная система «Лань» // <https://e.lanbook.com/?ref=>

4. Контроль и оценка результатов освоения программы дисциплины

По данной дисциплине предусмотрены следующие виды текущего контроля слушателей: устный опрос, контрольная работа, доклад, реферат.

Порядок, форма и оценочные средства проведения текущего контроля

- в виде устного опроса: устный опрос проводится на практических занятиях по вопросам темы практического занятия.

Критерии оценивания:

Оценку «Отлично» заслуживает обучающийся, который полно и аргументировано отвечает на вопросы, обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры, излагает материал последовательно и правильно.

«Хорошо» - обучающийся дает правильные ответы на вопросы, но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения.

«Удовлетворительно» - обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений заданных вопросов, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил, не умеет достаточно обосновать свои суждения и привести примеры, излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

«Неудовлетворительно» - обучающийся обнаруживает незнание ответа на вопросы, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал

- в виде контрольной работы: контрольная работа проводится в письменном виде по темам: «Коммуникативное пространство как сфера PR- деятельности» и «Применение PR - технологий в различных сферах коммуникативного пространства».

Вопросы для письменной контрольной работы 1:

1. Коммуникативная модель PR-технологий.

2. Элементарные операции PR- технологий, их характеристика.

Вопросы для письменной контрольной работы 2:

1. PR-аудитория: типология, теория «публики».

2. Государственные PR- технологии, их характеристика.

Критерии оценивания письменной контрольной работы:

Оценку «отлично» заслуживает работа, демонстрирующая полное соответствие сформированных компетенций нормативным требованиям знания учебного и научного материала курса или допускающая незначительные нарушения этих требований, не носящие принципиального характера, не влияющие на качество изложения теоретического материала. Условно неточности контрольной работы на вопросы не превышают нормы на 5–10 %.

Оценку «хорошо» заслуживает работа, демонстрирующая наличие сформированных компетенций с некоторыми нарушениями (10 - 25 %) нормативных требований знания учебного и научного материала и не влияющими в значительной мере на качество изложения теоретического материала.

Оценка «удовлетворительно» ставится за работу, в которой в целом демонстрируется необходимый уровень компетенций, но со значительными нарушениями (25 - 45 %) нормативных требований знания учебного, научного и практического материала.

Оценка «неудовлетворительно» ставится за работу, где более 45 % нарушений нормативных требований знания изучаемого учебного, научного и практического материала.

- в виде доклада: доклады готовятся по следующим темам:

1. Применение PR- технологий в различных сферах коммуникативного пространства
2. Место PR в комплексе маркетинга.
3. PR-аудитория: типология, теория «публики».
4. Характеристики целевой аудитории. Уровни воздействия.
5. Кризисные PR- технологии, их характеристика.
6. Государственные PR-технологии, их характеристика.
7. Избирательные PR-технологии, их характеристика.
8. Благотворительность и технология social branding.
9. Технологии связи с общественностью в работе с молодёжью
10. Формы подачи новостных материалов и организация PR-коммуникаций.
11. Публичные речи, их написание и произнесение.
12. Выступление на радио и телевидении.
13. Пресс-релиз, структура и характеристика.
14. Пресс-конференция: виды и условия организации.
15. Виды презентаций. Требования к организации.
16. Методы воздействия на потребителя информации.
17. Менеджмент новостей.
18. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала.
19. Управление связями с общественностью в сфере работы с молодёжью.
20. PR как функция менеджмента социальной работы.
21. PR-кампания, структура, программный подход.
22. Планирование и организация проведения PR-кампании.
23. Управление коммуникативными событиями.
24. Качественные и количественные методы социологических исследований в маркетинге и PR в системе социальной работы.
25. Служба PR в организации: функции, структура, состав.

Требования к содержанию и оформлению доклада:

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, обучающийся должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 10-15 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения

Критерии оценивания доклада:

Оценку «отлично» заслуживает доклад, в котором присутствует соответствие содержания теме; правильная структурированность информации; наличие логической связи изложенной информации; эстетичность оформления, его соответствие требованиям; работа представлена в срок. Обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему; уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; делает выводы и обобщения.

Оценку «хорошо» заслуживает доклад, демонстрирующий наличие сформированных компетенций с некоторыми нарушениями (10 - 25 %) нормативных требований знания научного материала доклада и не влияющими в значительной мере на качество изложения материала. Обучающийся твердо усвоил тему, грамотно и по существу

излагает ее, опираясь на знания основной литературы; не допускает существенных неточностей; увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; аргументирует научные положения; делает выводы и обобщения.

Оценка «удовлетворительно» ставится за доклад, в котором в целом демонстрируется необходимый уровень научного материала, но со значительными нарушениями (25 - 45 %) нормативных требований материала. Тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть обучающийся освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы, допускает несущественные ошибки и неточности; испытывает затруднения в практическом применении знаний; слабо аргументирует научные положения; затрудняется в формулировании выводов и обобщений.

Оценка «неудовлетворительно» ставится за доклад студенту, не обладающему достаточным уровнем владением материалом, влекущему за собой более 45 % нарушений нормативных требований знания изучаемого учебного и научного материала. Обучающийся не усвоил значительной части проблемы; допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; испытывает трудности в практическом применении знаний; не может аргументировать научные положения; не формулирует выводов и обобщений.

- в виде реферата: рефераты готовятся по следующим темам:

1. Функции средств коммуникации в достижении маркетинговых целей.
2. PR и общественное мнение.
3. Методы PR.
4. Новостной менеджмент.
5. Индивидуальный и корпоративный имидж: стратегии управления.
6. Индивидуальный имидж.
7. Корпоративный имидж.
8. Корпоративные отношения как инструмент связей с общественностью
9. Медиарелейшнз.
10. Пресс-релиз как тип текста.
11. Связи с общественностью в переговорных процессах
12. Связи с общественностью в экономике.
13. Связи с общественностью в политике.
14. Стратегии восстановления имиджа.
15. Медиастратегии в политической кампании.
16. Связи с общественность и гражданское общество: перспективы взаимодействия.
17. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
18. Интернет-коммуникации.

Требования к содержанию и оформлению реферата:

Рекомендации к выполнению реферата:

1. Работа выполняется на одной стороне листа формата А 4.
2. Размер шрифта 14, межстрочный интервал (одинарный).
3. Объем работы должен составлять от 10 до 15 листов (вместе с приложениями).
4. Оставляемые по краям листа поля имеют следующие размеры: Слева - 30 мм; справа - 15 мм; сверху - 15 мм; снизу - 15 мм.

5. Содержание реферата:

- Титульный лист.
- Оглавление.
- Введение.

Введение должно включать в себя краткое обоснование актуальности темы реферата. В этой части необходимо также показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и какое может иметь практическое значение.

- Основной материал.
- Заключение.

Заключение - часть реферата, в которой формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выполнение поставленных во введении задач и целей. Заключение должно быть чётким, кратким, вытекающим из основной части.

- Список литературы.

6. Нумерация страниц проставляется в правом нижнем углу, начиная с введения (стр. 3). На титульном листе и содержании, номер страницы не ставится.

7. Названия разделов и подразделов в тексте должны точно соответствовать названиям, приведённым в содержании.

8. Таблицы помещаются по ходу изложения, должны иметь порядковый номер. (Например: Таблица 1, Рисунок 1, Схема 1 и т.д.).

9. В таблицах и в тексте следует укрупнять единицы измерения больших чисел в зависимости от необходимой точности.

10. Графики, рисунки, таблицы, схемы следуют после ссылки на них и располагаются симметрично относительно центра страницы.

11. В списке литературы указывается полное название источника, авторов, места издания, издательство, год выпуска и количество страниц.

Разработка электронной презентации.

Распределение тем презентации между обучающимися и консультирование их по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату. Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучаемые представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации обучающийся может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод).

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;

- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);

- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;

- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;

- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;

- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;

- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

-списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

Критерии оценивания реферата:

Оценку «отлично» заслуживает реферат, в котором присутствует соответствие содержания теме; правильная структурированность информации; наличие логической связи изложенной информации; эстетичность оформления, его соответствие требованиям; работа представлена в срок. Реферат демонстрирующий полное соответствие сформированных компетенций нормативным требованиям знания учебного и научного материала курса. Условно неточности и оговорки во время ответа на вопросы не превышают нормы на 5–10 %.

Оценку «хорошо» заслуживает реферат, демонстрирующий наличие сформированных компетенций с некоторыми нарушениями (10 - 25 %) нормативных требований знания научного материала реферата и не влияющими в значительной мере на качество изложения материала.

Оценка «удовлетворительно» ставится за реферат, в котором в целом демонстрируется необходимый уровень научного материала, но со значительными нарушениями (25 - 45 %) нормативных требований материала.

Оценка «неудовлетворительно» ставится за реферат студенту, не обладающему достаточным уровнем владением материалом, влекущему за собой более 45 % нарушений нормативных требований знания изучаемого учебного и научного материала.

Порядок, форма и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

По данной дисциплине предусмотрен следующий вид промежуточной аттестации слушателей: зачет с оценкой. Зачет с оценкой проставляется по итогам выполненных в ходе изучения дисциплины заданий и набранному среднему баллу.

Критерии оценивания зачета с оценкой:

Уровень 1. Недостаточный - Неудовлетворительно/незачтено

Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий.

Уровень 2. Базовый. - Удовлетворительно/зачтено

Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач.

Уровень 3. Повышенный- Хорошо/зачтено

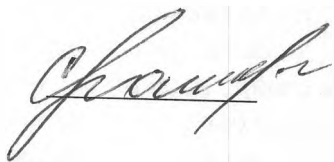
Твердые знания программного материала, допустимы несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач

Уровень 4. Продвинутой - Отлично/зачтено

Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения.

Разработчик:

Кандидат филологических наук, доцент

 С.Л. Распопова.