

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИГО  
Т.Е. Абрамзон

14.02.2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ТЕХНОЛОГИИ ПРЕЗЕНТАЦИИ БРЕНДА**

Направление подготовки (специальность)  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация) программы  
Коммуникации в цифровой среде

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения  
заочная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
Курс	2, 3

Магнитогорск  
2023 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации  
25.01.2023, протокол № 6

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО  
14.02.2023 г. протокол № 6

Председатель \_\_\_\_\_ Т.Е. Лбрамзон

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры РЯОЯиМК, канд. филол. наук \_\_\_\_\_ Л.М.Максимова

Рецензент:

старший научный сотрудник Научно-исследовательской Словарной лаборатории НИИ ИЛФ ФГБОУ ВО "МГТУ им. Г.И. Носова", канд. филол. наук

\_\_\_\_\_ Л.А.Осинова

### 1 Цели освоения дисциплины (модуля)

формирование системы знаний о брендинге, практических навыков и умений управления брендом и презентации бренда.

### 2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Технологии презентации бренда входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Теория и практика массовой информации

Основы теории коммуникации

Основы рекламы и PR

Культурология

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Организация работы пресс-службы

Социальное партнерство

Социология массовых коммуникаций

Основы интернет-маркетинга

Разработки и реализация PR-стратегии

Разработка коммуникационного продукта

Брендинг территорий

### 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Технологии презентации бренда» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-1	Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-1.1	Осуществляет поиск и отбор информации из доступных источников
ПК-1.2	Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения
ПК-1.3	Соблюдает профессиональные и этические нормы на всех этапах работы
ПК-1.4	Готовит к публикации медиатекст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа
ПК-3	Способность осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами
ПК-3.1	Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и PR
ПК-3.2	Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере рекламы и PR
ПК-3.3	Реализует проект в рамках своих полномочий и несёт ответственность за результат

ПК-4 Способность участвовать в разработке концепции продвижения продукции СМИ, в формировании коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	
ПК-4.1	Решает поставленные задачи в области поиска информации,

	характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ
ПК-4.2	Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе и интернет-технологии, для продвижения продукции СМИ

#### 4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц 252 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 18,4 акад. часов:
  - аудиторная – 14 акад. часов;
  - внеаудиторная – 4,4 акад. часов;
- самостоятельная работа – 217,1 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;
- подготовка к экзамену – 8,7 акад. час
- подготовка к зачёту – 7,8 акад. час

Форма аттестации - зачет, курсовая работа, экзамен

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1								
1.1 Основы брендинга		2			50	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
1.2 Классификации брендов и правовое обеспечение брендов	2	2		2	50	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4

1.3 Брендбук как основа брендинга			2	63,4	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
Итого по разделу	4		4	163,4			
Итого за семестр	4		4	163,4		зачёт	
2. Раздел 2							
2.1 Процесс управления брендом	3		2	24	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
2.2 Характеристики сложившегося бренда: степень продвинутости бренда, степень лояльности бренду и стоимостная оценка бренд			2	29,7	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
Итого по разделу	2		4	53,7			
Итого за семестр	2		4	53,7		экзамен,кр	
Итого по дисциплине	6		8	217,1		зачет, курсовая работа, экзамен	

## **5 Образовательные технологии**

Для формирования компетенции и реализации предусмотренных видов учебной работы в учебном процессе используются следующие технологии.

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные и информационные технологии:

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, авторские комментарии, связанные с различными моделями интерпретации изучаемого материала.

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

На практических занятиях используются:

- разбор конкретных ситуаций;
- исследовательский метод;
- работа в команде;
- тренинги (навыковые);

В самостоятельной работе используются:

Конспектирование лекций – служит средством развития умственных способностей человека (мобилизует внимание, активизирует восприятие, мышление), вырабатывает умение в короткой и сжатой форме излагать мысли, развивает навыки литературного изложения, повышает культуру речи.

Поисковый метод – обеспечивает вовлечение учащихся в процесс самостоятельного приобретения знаний, сбора и исследования информации.

Исследовательский метод – организация поисковой, познавательной деятельности учащихся путем постановки учителем познавательных и практических задач, требующих самостоятельного творческого решения.

Обучение в электронной образовательной среде с использованием Интернет-ресурсов (IT-методы).

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Представлено в приложении 1.

## **7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

Представлены в приложении 2.

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

**а) Основная литература:**



1. Питько О. А. Основы брендинга : учебное пособие / О. А. Питько, О. С. Пищугина, Н. С. Сложеникина ; О. А. Питько, О. С. Пищугина, Н. С. Сложеникина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2018. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - 100 р. - Текст : электронный.

2. Балынская Н. Р. Психологические особенности персонального бренда современного политика : монография / Н. Р. Балынская, О. А. Питько ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - 100 р. - Текст : электронный.

3. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная

платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517> (дата обращения: 30.05.2023).

**б) Дополнительная литература:**

1. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511493> (дата обращения: 30.05.2023).

**в) Методические указания:**

Представлены в приложении 3

**г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

**Программное обеспечение**

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое ПО	бессрочно

**Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Название курса	Ссылка
Университетская информационная система РОССИЯ	<a href="https://uisrussia.msu.ru">https://uisrussia.msu.ru</a>
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	<a href="https://magtu.informsystema.ru/Marc.html?locale=ru">https://magtu.informsystema.ru/Marc.html?locale=ru</a>
Российская Государственная библиотека. Каталоги	<a href="https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/">https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/</a>
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: <a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	<a href="https://dlib.eastview.com/">https://dlib.eastview.com/</a>

**9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа Оснащение: Доска, мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащение: Доска, мультимедийный проектор, экран.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Оснащение: Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Оснащение: Стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

### Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает конспектирование лекции, также предполагает выполнение практических заданий по определенной теме.

Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт».

Методические указания: после прочтения текста следует заполнить таблицу ИНСЕРТ. В нее необходимо записывать только ключевые слова или фразы.

V      +      -      ?

Пояснение:

«V» — уже знал

«+» — новое

«-» — думал иначе

«?» — не понял, есть вопросы

Составление плана ответа на вопросы для самопроверки.

Методические указания: в процессе составления плана ответы на вопросы необходимо использовать конспект лекции, ЭОРы. Необходимо кратко формулировать основные мысли, положения изучаемого материала. Приступая к освоению записи в виде плана ответов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает. Задание закрепляет и систематизирует знания.

Составление вопросов к текстам лекций по предложенным образцам. Методические указания. При формулировании вопросов, которые студенты составляют самостоятельно, опираясь на тему лекционного материала, целесообразно принимать во внимание следующие примеры:

- 1). Изобрази схематично строение....
- 2). Сделай соответствующие обозначения....
- 3). Воспроизведи схемы....
- 4). Обозначь основные элементы....

## 5). Выдели отличительные особенности...

Разные по сложности, разнообразные по характеру и форме образцы вопросов направляют мышление студентов на поиски ответов, а затем и на самостоятельную формулировку вопросов, что является приобщением к умственному труду.

Составление тестовых заданий по предложенным правилам (тесты с множественным ответом, тесты на соотнесение, тесты с выбором ответа «верно/неверно»).

Примерные вопросы к экзамену:

1. Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления: методы и принципы управления брендами.
2. Бренддинг в системе стратегического управления: основные стадии и этапы, их характеристика.
3. Современные тенденции бренддинга: особенности развития брендов на мировом рынке.
4. Развитие бренддинга в России: этапы и факторы, направления и тенденции.
5. Определения бренда. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак».
6. Классификация брендов: критерии классификации и виды брендов.
7. Преимущества и недостатки брендов для их владельцев и потребителей.
8. Идентификаторы бренда. Правовая защита идентификаторов бренда
9. Разработка имени бренда: основные принципы и методы.
10. Разработка визуальной идентичности бренда.
11. Разработка идентичности бренда по Д.Аакеру.
12. Тестирование элементов идентичности бренда на целевой аудитории.
13. Описание основных атрибутов бренда.
14. Создание анатомии бренда.
15. В чем заключается сущность бренда? Разработка сущности бренда.
16. Создание выгод бренда. Отношение бренда с потребителем.
17. Создание и разработка бренда от идеи до выхода на рынок.
18. Создание и построение модели бренда. Виды моделей «колеса бренда».

- 19.Создание концепции бренда и концепции продукта.
- 20.Концепция позиционирования. Формула позиционирования.
- 21.Позиционирование бренда: стратегии и виды, составляющие позиции бренда.
- 22.Принципы позиционирования брендов.
- 23.Методы измерения степени приверженности к бренду.
- 24.Изучение развития бренда на рынке: модели и методы экономического прогнозирования.
- 25.Создание архитектуры бренда.

## Приложение 2

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
<b>ПК-1: Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</b>		
ПК-1.1	Осуществляет поиск и отбор информации из доступных источников	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b></p> <p>1. Приведите несколько определений, поясните термин: Бренд, Брендинг 2. Приведите несколько определений, поясните термин: История бренда, Легенда</p> <p><b>Практические задания</b></p> <p>1. Позиционирование бренда 2. Рекламные средства раскрутки брендов в сети Интернет. 3. Вирусная видеореклама брендов</p> <p><b>Пример комплексного задания</b></p> <p>Разработка стратегии повышения лояльности к бренду на примере конкретного предприятия</p>
ПК-1.2	Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b></p> <p>3. Приведите несколько определений, поясните термин: Суббренд. 4. Приведите несколько определений, поясните термин: Торговая марка, товарный знак, Логотип</p> <p><b>Практические задания</b></p> <p>4. MEM-технологии брендинга . 5. NLP-технологии брендинга. 6. Концепция ИБК.</p> <p><b>Пример комплексного задания</b></p> <p>Проведение аудита бренда.</p>
ПК-1.3	Соблюдает профессиональные и этические нормы на всех этапах работы	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b></p> <p>5. Приведите несколько определений, поясните термин: Слоган рекламный, Слоган бренда 6. Приведите несколько определений, поясните термин: Фирменный стиль, Элементы фирменного стиля</p> <p><b>Практические задания</b></p> <p>4. MEM-технологии брендинга . 5. NLP-технологии брендинга. 6. Концепция ИБК.</p> <p><b>Пример комплексного задания</b></p> <p>Формирование стратегии бренд-менеджмента</p>
ПК-1.4:	Готовит к публикации медиатекст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b></p> <p>7. Приведите несколько определений, поясните термин: Обязательные элементы фирменного стиля: Логотип, торговая марка; Текстовый знак; Фирменные цвета (цветовая палитра); Фирменный шрифт; Визитная карточка; Фирменный бланк; Конверт.</p> <p><b>Практические задания</b></p> <p>4. MEM-технологии брендинга . 5. NLP-технологии брендинга. 6. Концепция ИБК.</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p align="center"><b>Пример комплексного задания</b></p> Разработка комплекса визуальных составляющих бренда
<p><b>ПК-3: Способность осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами</b></p>		
ПК-3.1	Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и PR	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b>            8. Нейминг: разработка текстового названия для бренда; выборка альтернативных названий для бренда; 9. Бренд-имиджа торговой марки;</p> <p><b>Практические задания</b>            13. Копирайтинг бренд- ориентированных PR-текстов и эффективность их влияния на потребителя. 14. Классификация средств и инструментов, используемых в рекламной практике фирм. 15. Система бренд-ивентов фирмы и основные технологии планирования и управления бренд-ивентами</p> <p><b>Пример комплексного задания</b>            Нейминг: разработка названия для конкретного предприятия</p>
ПК-3.2	Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере рекламы и PR	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b>            11. Персонаж бренда, имидж-герой; 12. Дизайн упаковки; дизайн рекламных материалов в структуре бренд-коммуникаций</p> <p><b>Практические задания</b>            16. Баннерная и контекстная реклама бренда в сети Интернет. 17. Методы брендинга с использованием SMM. 18. Шрифтовое оформление бренд-коммуникаций.</p> <p><b>Пример комплексного задания</b>            Разработка дорожной карты по подготовке к защите бренда товарным знаком</p>
ПК-3.3	Реализует проект в рамках своих полномочий и несёт ответственность за результат	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b>            11. Персонаж бренда, имидж-герой; 12. Дизайн упаковки; дизайн рекламных материалов в структуре бренд-коммуникаций</p> <p><b>Практические задания</b>            16. Баннерная и контекстная реклама бренда в сети Интернет. 17. Методы брендинга с использованием SMM. 18. Шрифтовое оформление бренд-коммуникаций.</p> <p><b>Пример комплексного задания</b>            Разработка фирменного стиля конкретного предприятия</p>
<p><b>ПК-4: Способность участвовать в разработке концепции продвижения продукции СМИ, в формировании коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</b></p>		
ПК-4.1	Решает поставленные задачи в области поиска информации, характеризующей	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b>            22. Технологии разработки слоганов 23. Технологии разработки логотипов</p> <p><b>Практические задания</b></p>



Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	ситуацию на рынке продукции СМИ	16. Баннерная и контекстная реклама бренда в сети Интернет. 17. Методы брендинга с использованием SMM. 18. Шрифтовое оформление бренд-коммуникаций. <b>Пример комплексного задания</b> Разработать платформу бренда для конкретного предприятия
ПК-4.2:	Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе и интернет-технологии, для продвижения продукции СМИ	<b>Перечень теоретических вопросов</b> 11. Персонаж бренда, имидж-герой; 12. Дизайн упаковки; дизайн рекламных материалов в структуре бренд-коммуникаций <b>Практические задания</b> 22. Технологии разработки слоганов 23. Технологии разработки логотипов <b>Пример комплексного задания</b> 1 Проанализировать систему идентичности бренда на примере конкретного предприятия

**б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания: Примерная структура и содержание пункта:**

Изучение дисциплины завершается сдачей экзамена.

Экзамен является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лекционных, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы, и имеет целью проверку знаний студентов по теории и выявление навыков применения полученных знаний при решении практических задач, а также навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой.

Студенты допускаются к сдаче экзамена при выполнении условий:

- полностью выполнены все домашние задания;
- успешно решены тесты (не менее 50% от максимального балла).

Подготовка студента к экзамену включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах.

Литература для подготовки к экзамену рекомендуется преподавателем.

Экзамен проводится по билетам, охватывающим весь пройденный материал. Билет состоит из двух теоретических вопросов по определенным темам.

По окончании ответа преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. Результаты экзамена объявляются студенту после окончания ответа в день сдачи.

**Показатели и критерии оценивания экзамена:**

– на оценку **«отлично»** – студент должен показать высокий уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– на оценку **«хорошо»** – студент должен показать знания не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам;

– на оценку **«удовлетворительно»** – студент должен показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, интеллектуальные навыки решения простых задач;

– на оценку **«неудовлетворительно»** – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

### Методические указания

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

Конспект лекции. Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.
- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.
- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.
- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помещать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.
- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

Подготовка к экзамену. Готовиться нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.
- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.
- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

- Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.
- Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на экзамен.
- Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего
- Разделите вопросы для экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.
- Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информацию по содержанию всего курса.