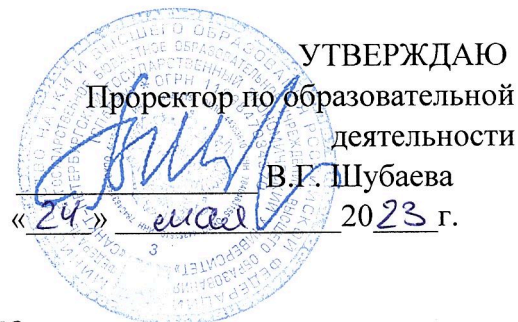


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



Имиджмейкинг

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки/ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Специальность
Направленность (профиль) программы/ Реклама и связи с общественностью в бизнесе
Специализация
Уровень высшего образования Бакалавриат
Форма обучения очная
Год набора 2023

Составитель(и):

д.пед.н, Семенова Лидия Михайловна

Часов по учебному плану	180	Виды контроля в семестрах: Экзамен: семестр 6
в том числе:		
контактная работа	80	
самостоятельная работа	64	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины:

Семестр:	6
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	38
Практические занятия	42
Лабораторные работы	
Итого аудиторных часов	80
Самостоятельная работа	64
Часы на контроль	36
Итого академических часов	180
Общая трудоемкость в зачетных единицах	5

Санкт-Петербург
2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	3
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*	4
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
5.1 Рекомендуемая литература	5
5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства	5
5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД).....	6
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	8
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	10
1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации	10
1.2 Темы письменных работ.....	11
1.3 Контрольные точки	11
1.4 Другие объекты оценивания	12
1.5 Самостоятельная работа обучающегося	12
1.6 Шкала оценивания результата	12

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	Формирование профессиональных знаний, умений и навыков в предметной области имиджмейкинга, что обеспечивает основу для их применения, как в частной практике, так и в ситуации участия в крупномасштабных имиджевых проектах, коммуникационных кампаниях и мероприятиях для коммерческих организаций.
--------------	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Имиджмейкинг относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-6 - Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-6.2 - Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>Знать: специфику организации исследования и проектирования имиджа организации и персоны; методики и техники исследования корпоративного и персонального имиджа.</p> <p>Уметь: моделировать, проектировать, корректировать, сохранять и защищать имидж базисного субъекта; планировать и реализовывать имиджевые кампании.</p> <p>Владеть: навыками проектирования имиджевых и коммуникационных кампаний.</p>
ПК-8 - Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности	ПК-8.2 - Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта	<p>Знать: терминологический аппарат имиджологии; специфику организации исследования, проектирования и построения корпоративного и персонального имиджа; социальные, экономические и политические причины возникновения и развития имиджмейкинга как одного из коммуникационных направлений; основные подходы к формированию и управлению имиджем как технологическим процессом.</p> <p>Уметь: исследовать рынок, анализировать имиджевые процессы; разрабатывать комплекс прикладных имиджевых технологий.</p> <p>Владеть: навыками использования основных имиджевых инструментов при планировании, производстве и (или) реализации коммуникационного продукта.</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 1. Понятие имиджа и имиджмейкинга. Имидж в системе коммуникации.	Объект и предмет имиджелогии. Имидж и имиджмейкинг: определение понятий. Терминосистема имиджмейкинга. Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России.-Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России и за рубежом. Использование основных имиджевых инструментов при планировании, производстве и (или) реализации коммуникационного продукта. Структура имиджа. Принципы и законы формирования имиджа. Смежные понятия: образ, репутация, стереотип и др. Цели, задачи и функции имиджа. Имидж как коммуникативно-управленческий феномен. Роль имиджа в формировании общественного мнения. Имиджмейкинг в системе коммуникации, его роль и место. Привлечение и удержание внимания аудитории с помощью имиджа. Формирование установки на доверие/недоверие. Использование особенностей социальных групп и общих особенностей восприятия в формировании имиджа. Психологические особенности формирования имиджа. Типология имиджа.	9	10		16
Тема 2. Понятие корпоративного имиджа и его структурные модели.	Понятие корпоративного имиджа и репутации. Структурные модели и этапы формирования корпоративного имиджа. Имидж бренда. Роль внутреннего и внешнего имиджа корпорации. Диагностика имиджа: методы социологических и маркетинговых исследований. Идеология компании и ее внутренний имидж. Функция идеологии в формировании имиджа. Функция самоидентификации персонала. Аксиологическая функция корпоративного имиджа. Фундамент имиджа. Неосязаемый имидж. Принципы поддержания имиджа. Планирование, подготовка и проведение имиджевых коммуникационных кампаний и мероприятий для коммерческих организаций. Процесс управления корпоративным имиджем. Значение имиджа организации, товара/услуги, руководителя для общественного мнения. Создание лояльности к организации с помощью имиджа. Реклама как инструмент управления имиджем. Особенности имиджевой рекламы как сферы профессиональной деятельности. Особенности управления имиджем в сети интернет. Содержание основных этапов имиджевой кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с	10	11		16

	общественностью. Разработка проекта имиджевой кампании.				
Тема 3. Моделирование и алгоритм формирования персонального имиджа.	Понятие индивидуального имиджа и самопрезентации. Исследование имиджа персоны: кабинетные и полевые исследования. Структура персонального имиджа и этапы формирования. Причины деструкции имиджа. Технологии формирования и корректировки имиджа: SERM, самопрезентация, спин-докторинг и др.	10	11		16
Тема 4. Специфика формирования эффективного имиджа в профессиональной среде.	Профессиональный имидж и профессиональные качества специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Требования современного рынка труда. Профессиональная карьера и имидж. Самомаркетинг. Персональный бренд. Персональная имиджевая карта. Имидж-форсайт как предиктор конкурентоспособности будущего специалиста.	9	10		16
Контроль:					36
Всего по дисциплине:		38	42	0	64

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Семенова Л.М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / Л.М. Семенова. М.: Изд-во Юрайт, 2023. – 141 с.	https://urait.ru/bcode/444427
Семенова Л.М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда: учебник и практикум для академического бакалавриата / Л.М. Семенова. М.: Изд-во Юрайт, 2023. – 243 с.	https://urait.ru/bcode/445195

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- ОС Альт образование 10
- LibreOffice

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary www.oecd-ilibrary.org
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.consultant.ru)
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.garant.ru)
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.kodeks.ru)
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
12.	Электронная библиотека СПБГЭУ – opac.unecon.ru

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование учебных аудиторий, перечень	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 209 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 16 посадочных мест (16 компьютерных столов, 16 стульев), учебная мебель на 18 посадочных мест (9	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»

учебных столов, 18 стульев), рабочее место преподавателя, доска маркерная 1 шт., вешалка, стойка, Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 16 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Экран с электроприводом ScreenMedia Champion 203x153см (SCM-4303) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	
Ауд. 340 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 25 посадочных мест, рабочее место преподавателя, тумба - 1 шт., доска маркерная - 1 шт., вешалка стойка - 2 шт., жалюзи - 2 шт., Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 12 шт., Ноутбук HP 250 G6 1WY58EA - 13 шт. Гарнитура Sanako SLH07 с кабелем RJ11 - USB 1,5 метра - 12 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»
Ауд. 363 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 12 посадочных мест, учебная мебель на 8 посадочных мест (учебных столов 8 шт., стульев 16 шт.), рабочее место преподавателя, доска маркерная 1 шт., вешалка стойка 1 шт., жалюзи 1 шт. Компьютер Universal №1 - 4 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 10 шт., Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 1 шт., Сетевой коммутатор Switch на 24+2 порта - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации

1. Понятие имиджа, имиджелогии, имиджмейкинга.
2. Имидж и смежные понятия: образ, стереотип, репутация, бренд, реклама.
3. Алгоритм формирования имиджа.
4. Основные этапы проектирования имиджевой кампании.
5. Типологии имиджа. Особенности и характеристики имиджа.
6. Вербальный и паравербальный имидж: специфика формирования.
7. Самопрезентация в современном мире: требования, этапы и особенности.
8. Средовой имидж: понятие, содержание, принципы формирования.
9. Эффективный самомаркетинг: понятие, требования.
10. Методы исследования имиджа.
11. Техники сохранения и защиты имиджа.
12. Этап проектирования имиджа.
13. Диагностика имиджа. Методы исследования.
14. Структурные модели корпоративного имиджа: авторские подходы и компоненты.
15. Основные этапы имиджевой кампании и виды мероприятий.
16. Репутационный менеджмент в компании: сущность и технологии.
17. Имиджевые мероприятия по позиционированию и репозиционированию бренда для коммерческих организаций.
18. Особенности имиджевой рекламы как сферы профессиональной деятельности.
19. Профессиональные качества имиджмейкера.
20. Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России и за рубежом.
21. Критерии построения имиджевой стратегии в области рекламы и СО.
22. Особенности управления имиджем в сети интернет.
23. Технологии формирования и корректировки имиджа: SERM, самопрезентация, спин-докторинг и др.
24. Персональный бренд и имидж.
25. Имидж, ориентированный на самоощущение.
26. Индивидуальный/профессиональный имидж: понятие, принципы формирования.
27. Территориальный имидж: структура, компоненты.
28. Роль нейминга в построении корпоративного имиджа.
29. Имидж на рынке труда. Профессиональная карьера.
30. Персональная имиджевая карта. Имидж-форсайт.
31. Имидж в шоу-бизнесе. Особенности построения.
32. Политический и геополитический имидж. Специфика и принципы построения.
33. Кинетический имидж: понятие и особенности формирования.
34. Причины деструкции имиджа.
35. Особенности имиджбилдинга в деловой коммуникации.
36. Понятие имиджелогической компетентности.
37. Терминологический анализ по учебному курсу «Имиджмейкинг».
38. Овеществленный имидж. Специфика построения.
39. Имидж и репутация. Сравнительный анализ, структура.
40. Имидж, ориентированный на восприятие.
41. Имиджевая реклама. Понятие. Принципы создания.
42. Корпоративный имидж. Этапы формирования.
43. Габитарный имидж: понятие, особенности построения.
44. Ментальный имидж: понятие, специфика создания.
45. Бизнес-имидж: понятие, особенности построения.
46. Имиджменеджмент. Методы управления имиджем.
47. Индивидуальный стиль и имидж. Алгоритм создания.
48. Имидж в разных контекстах.
49. Особенности построения имиджа молодого специалиста на рынке труда.

50. Понятие имидж-проекта, этапы разработки и реализации.

Задания:

1. Составить имиджевый портрет для врача-косметолога (женщины) одного из престижных салонов «красоты». Выбрать стратегию целевого имиджа. В целевую группу войдут женщины и мужчины старше 35 лет со средним и высоким уровнем доходов. Приоритетная имиджевая задача — заслужить доверие и авторитет. Ожидаемые имиджевые эффекты — позитивность, влияние и органичность.

2. Разработайте варианты имиджа, целесообразные с точки зрения следующих подразделений организации: производственного, маркетингового, финансового отделов и отдела по связям с общественностью. Определите, какой суммарный имидж организации сложился бы при реализации предложенных вами вариантов.

3. Установить соотношение характеристик частным имиджам.

Частные имиджи:

Характеристики:

- | | |
|------------------------|-----------------------------------|
| 1) среда обитания; | А) устная и письменная речь; |
| 2) габитарный имидж; | Б) мебель, здание; |
| 3) деловой имидж; | В) язык телодвижений; |
| 4) вербальный имидж; | Г) внешний облик; |
| 5) невербальный имидж. | Д) предметы, созданные человеком. |

Ответ: 1Б, 2Г, 3Д, 4А, 5В.

4. Написать короткое эссе на тему: зачем нужна благотворительность? Как она связана с имиджем? Привести примеры.

5. Кейс. Крупный холдинг расположен в городе с 500-тысячным населением в Поволжском регионе. Это один из крупнейших холдингов в стране состоит из 6 тыс. работников. Однако, несмотря на эти показатели, руководство компании полагает, что компания не добилась позитивного имиджа и надежной репутации в местном сообществе. Руководитель коммуникационного отдела получает задание подготовить проект и новый план проведения имидж-мероприятий на ближайший финансовый год. Первая из выработанных им рекомендаций заключается в том, чтобы провести исследование того, как местное сообщество воспринимает имидж компании.

Вопросы и задания. Если бы вы были руководителем коммуникационного отдела, какие методы исследовательской работы вы стали бы использовать? Какого рода информация об имидже компании должна быть собрана? Разработайте план действий.

1.2 Темы письменных работ

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Проектно-аналитическая работа	письменно	1-2
2	Индивидуальное задание	письменно	3-4
3	Текущий контроль	с помощью технических средств и информационных систем	1-4

1.4 Другие объекты оценивания

Наименования объекта оценивания	Способ проведения	Номера тем
Практическая работа	устно	1-4
Информационно-аналитическая работа	письменно	2

1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Подготовка к лекционным и практическим занятиям	1-4
Выполнение домашних заданий	1-4
Подготовка к экзамену	1-4

1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
≤ 54	неудовлетворительно
55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
≥ 85	отлично

Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

	Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	<p>Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.</p> <p>Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины.</p> <p>Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.</p>