



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АРХИТЕКТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»  
(УрГАХУ)

Кафедра социальных и гуманитарных наук



УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по учебной работе  
В. И. Исаченко  
17 октября 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

PR ТЕХНОЛОГИИ

<b>Направление подготовки (Специальность)</b>	<b>Монументально-декоративное искусство</b>	
<b>Код направления и уровня подготовки</b>	<b>54.05.01</b>	
<b>Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО</b>	<b>дата</b>	<b>17.10.2016</b>
	<b>№</b>	<b>1301</b>
<b>Тип образовательной программы (согласно ОХОП: академический или прикладной бакалавриат, академическая или прикладная магистратура, специалитет)</b>	<b>специалитет</b>	
<b>Специализация (согласно ОХОП)</b>	<b>Монументально-декоративное искусство (живопись)</b>	
<b>Учебный план</b>	<b>Прием 2017* г.</b>	
<b>Форма обучения</b>	<b>Очная</b>	

\* Программа актуализирована в соответствии с приказом от 23.07.18 № 152-01-33

Екатеринбург, 2018

# 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ

## PR ТЕХНОЛОГИИ

### 1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами:

Дисциплина «PR-технологии» входит в базовую часть образовательной программы специалитета. Курс базируется на знаниях, умениях и навыках, сформированных в результате освоения студентами дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Культурология», «Правоведение». Полученные знания, умения и навыки применяются в профессиональной деятельности.

### 1.2 Аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина «PR-технологии» состоит из 2 разделов.

Раздел 1 «Специфика PR-деятельности в современном обществе» включает в себя темы, дающие представление о саморализации и презентации результатов деятельности творческой личности в современном обществе: PR как наука и искусство. PR в арт-сфере. Специалист по PR в арт-сфере: базовые ориентиры деятельности. Имиджмейкинг в работе PR-специалиста. Позиционирование PR-объекта. Специфика арт-позиционирования. PR на рынке современного изобразительного искусства.

Раздел 2 «Специфика PR в современной коммуникативной практике» включает в себя темы, которые дают комплексное представление о построении публичных PR-коммуникаций на арт-рынке: PR в современной практике бизнес-коммуникаций. Основы самопрезентации: визитная карточка художника. Интернет-коммуникации как инструмент реализации PR художника. Выставочная деятельность и PR. Техническая организация PR-мероприятия. Работа PR-специалиста со СМИ. Специфика создания пресс-релизов для арт-мероприятий. Работа со СМИ: пресс-конференция арт-специалиста. Принципы проведения презентаций арт-проектов. Выступления арт-персоны: вербальные и невербальные коммуникации.

### 1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины включает лекции, практические занятия и самостоятельную работу. Основные формы интерактивного обучения: лекция с элементами эвристической беседы, case-study, дискуссия, деловая игра. В ходе изучения дисциплины студенты выполняют аудиторные задания по темам дисциплины, домашние работы, контрольные работы, реферат.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет (9 семестр), экзамен (10 семестр). Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине создан фонд оценочных средств.

Оценка по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия студентов в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения заданий (защиты реферата, выполнения домашних работ, контрольных работ, творческих работ), сдачи зачета и экзамена.

### 1.4 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины является этапом формирования у студента следующих компетенций:

ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию
ОПК-4: способностью проявлять навыки социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера, к активному общению в творческой, научной, производственной и художественной жизни
ОПК-5: готовностью участвовать в творческих мероприятиях (художественных выставках, конкурсах)

Планируемый результат изучения дисциплины в составе названных компетенций:

способностью проявлять навыки социального взаимодействия, применять новые рг-технологии для решения профессиональных задач; способность к самоорганизации и самообразованию; готовностью участвовать в творческих мероприятиях (художественных выставках, конкурсах).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**Знать и понимать:** базовые PR-направления деятельности художника, участвующего в арт-мероприятиях в контексте социально-значимых процессов и явлений;

**Уметь:**

а) применять знание и понимание ослов PR-технологий при организации презентаций художественных выставок, в процессе активного общения в творческой, научной, производственной и художественной жизни;

б) выносить суждения в результате анализа, критического осмысления и систематизации PR-информации о деятельности арт-персон в процессе организации арт-мероприятий;

в) комментировать данные и результаты, связанные с областью изучения коллегам и преподавателю.

**Демонстрировать навыки и опыт деятельности с использованием полученных знаний и умений при организации презентаций выставок, арт-акций и др. арт-мероприятий сферы арт-пиара.**

### 1.5. Объем дисциплины

№ Семестра	Аудиторные занятия						Самостоятельная работа												
	Зачетных единиц (з.е.)	Часов (час)	Аудиторные занятия всего	Лекции (Л)	Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	Другие виды занятий (Др)	Самостоятельная работа всего	Курсовой проект (КП)	Курсовая работа (КР)	Расчетно-графическая работа (РГР)	Графическая работа (ГР)	Расчетная работа (РР)	Реферат (Р)	Домашняя работа (ДР)	Творческая работа (эссе, клаузура)	Подготовка к контрольной работе	Подготовка к экзамену, зачету	Другие виды самостоятельных занятий (подготовка к занятиям)	Форма промежуточной аттестации по дисциплине*
9	2	72	36	24	12		36						10	12	8	2	4		Зач
10	4	144	36	24	12		108								2	36	70		экзамен
<b>Итого</b>	<b>6</b>	<b>216</b>	<b>72</b>	<b>48</b>	<b>24</b>		<b>144</b>						<b>10</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>40</b>	<b>102</b>	

## 2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема, содержание дисциплины*
Р. 1.	<b>Специфика PR-деятельности в современном обществе</b>
Т.1.	<b>PR как наука и искусство.</b> Специфика понятий «общественность» и «общественное мнение». Социальная значимость информации. Реклама и PR. PR и пропаганда. Паблик рилейнз и сфера публицити. Информационная, управленческая, регулятивная функции PR. Основные направления в PR-деятельности. Типы PR.
Т.2.	<b>PR в арт-сфере.</b> Мир искусства и PR. Понятие «связи с общественностью» в арт-сфере. Цели мероприятий в сфере арт-PR. PR-активность художника в современных условиях конкурентной борьбы. Принципы формирования благоприятного общественного мнения об арт-персоне.
Т.3.	<b>Специалист по PR в арт-сфере: базовые ориентиры деятельности. Имиджмейкинг в работе PR-специалиста.</b> Место отдела по связям с общественностью в структуре организации. Работа по преодолению конфликтов в организации как направление работы отдела по связям с общественностью. Специфика деятельности PR-специалиста в арт-сфере. Навык креативного мышления, знание арт-рынка и рекламных и PR-технологий, умение поддерживать репутацию и имидж художника, способность организовывать пресс-конференции, творческие встречи, фестивали, выставки и др. качества квалифицированного PR-специалиста в арт-сфере. Имидж: специфика понятия, особенности функционирования. Специфика моделирования имиджа арт-персоны.
Т.4.	<b>Позиционирование PR-объекта.</b> Позиционирование как одна из наиболее важных целей PR. Сила узнаваемости спозиционированного PR-объекта. Этапы позиционирования, его базовые стратегии. Изменение поведения потребителей как итог позиционирования. Критерии позиционирования: уникальность, атрибуция, лидерство в категории, оптимальное использование и т.д.
Т.5.	<b>Специфика арт-позиционирования.</b> Позиционирование арт-бренда как ключевое сообщение (идея, набор ценностей), транслируемое аудитории. Нейминг арт-субъекта. Принципы дифференциации PR-субъекта в арт-сфере. Художественные рейтинги как инструменты позиционирования изобразительного искусства XXI в. Критерии рейтингования согласно Положению о едином художественном рейтинге. Роль в позиционировании социальной активности художника. Анализ типичных ошибок арт-позиционирования.
Т.6.	<b>PR на рынке современного изобразительного искусства.</b> Специфика развития рынка PR-услуг и рынка современного изобразительного искусства. Типология участников. Виды участия на арт-рынке. Использование PR-технологий участниками рынка изобразительного искусства.
Р. 2.	<b>Специфика PR в современной коммуникативной практике</b>
Т.7.	<b>PR в современной практике бизнес-коммуникаций. Основы самопрезентации: визитная карточка художника.</b> Пропагандистская деятельность в системе PR. Понятие корпоративной социальной ответственности. Факторы усиления информационного воздействия арт-организации и арт-персоны. Визитная карточка как традиционный носитель контактной информации и PR-инструмент воздействия на общественность. Информирование, рекламирование и нетворкинг как функции качественной визитной карточки. Критерии оформления визитных карточек художников. Artist Trading Card как основа для творческих контактов, обмена опытом, новых идей.

Т.8.	<b>Интернет-коммуникация как инструмент реализации PR художника.</b> Интернет и его мегapotенциал для проведения разнообразных мероприятий по PR. PR арт-персоны в сети Интернет: взаимодействие в Интернете со СМИ (создание и активизация работы пресс-комнаты), участие в веб-форумах и т.д. Сайт творческой личности как первостепенный элемент персонального имиджа. Статьи, интервью, видеоролики, галерея работ, анонсы выставок, гостевая книга, блог и другие типичные составляющие сайта художника. Биография как жанр PR-текста, дающий базовую фактическую информацию о художнике. Специфика биографии-конспекта и биографии-рассказа.
Т.9	<b>Выставочная деятельность и PR. Техническая организация PR-мероприятия.</b> PR-анализ экспозиции: тема выставки, эксклюзивность, формат, удаленность, расположение, репутация, время проведения, сильные стороны арт-мероприятия, слабые стороны, возможности для исправления недостатков и т.д. Выстраивание пространства для PR-мероприятия, подбор оборудования, Наглядные средства сопровождения выступления как носители информации и инструмент деятельности PR-специалиста.
Т.10	<b>Работа PR-специалиста со СМИ. Специфика создания пресс-релизов для арт-мероприятий.</b> Основные формы взаимодействия PR-специалиста и СМИ. Пресс-релиз как современный эффективный инструмент PR-деятельности. Подготовка пресс-релиза арт-мероприятия и особенности его использования в деятельности PR-специалиста. Структура пресс-релиза. Типы качественных информационных поводов пресс-релизов арт-мероприятий. Принципы оптимизации пресс-релизов для поисковых машин. Пресс-кит: принципы формирования.
Т.11	<b>Работа со СМИ: пресс-конференция арт-специалиста.</b> Взаимодействие со СМИ как важнейший компонент формирования позитивного имиджа арт-персоны. Пресс-конференция как PR-мероприятие для СМИ в целях анонсирования новых проектов. Этапы проведения пресс-конференций. Основные обязанности ведущего пресс-конференции. Условия успешности арт-пресс-конференций. Типы информационных поводов успешных пресс-конференций в арт-сфере.
Т.12	<b>Принципы проведения презентаций арт-проектов.</b> Структура арт-презентации, основы работы с аудиторией. Этапы подготовки арт-презентаций. Специфика работы с аудиторией на различных организационных этапах. Специфика работы с различными типами аудиторий во время арт-презентаций.
Т.13	<b>Выступления арт-персоны: вербальные и невербальные коммуникации.</b> Принципы взаимодействия с аудиторией в процессе различных PR-мероприятий. Средства яркой публичной речи: психологические приемы работы с аудиторией и методы самоконтроля выступающей арт-персоны; навыки изложения аргументов, фактов, доказательств; приемы убеждающего воздействия; жестовые, мимические, паралингвистические приемы привлечения и удержания внимания слушателей; техника использования наглядных средств, приемов работы с микрофоном и др. Голос как уникальный инструмент мощнейшего влияния на слушателей. Принципы невербальной коммуникации при проведении презентаций. Специфика невербальной коммуникации при проведении презентаций в разных странах.

### 3 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

#### 3.1 Распределение аудиторных занятий и самостоятельной работы по разделам дисциплины

Семестр	Неделя семестра	Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО	Аудиторные занятия (час.)		Самост. работа (час.)	Оценочные средства
				Лекции	Практ. занятия, семинары		
		<b>Раздел 1. Специфика PR-деятельности в современном обществе.</b>					
9	1-2	Тема 1. PR как наука и искусство.	8	4		4	Творческая работа № 1
9	3-4	Тема 2. PR в арт-сфере	8	4		4	
9	5-7	Тема 3. Специалист по PR в арт-сфере: базовые ориентиры деятельности. Имиджмейкинг в работе PR-специалиста.	12	6		6	Задание по работе с глоссарием PR-терминов № 1
9	8-10	Тема 4. Позиционирование PR-объекта	12	6		6	Домашняя работа № 1
9	11-13	Тема 5. Специфика арт-позиционирования	12	2	4	6	Домашняя работа № 2 Контр. работа № 1, задания для дискуссии (к семинару № 1)
9	14-16	Тема 6. PR на рынке современного изобразительного искусства.	12	2	4	6	Задания к защите рефератов (семинар-дискуссия № 2)
		<b>Раздел 2. Специфика PR в современной коммуникативной практике</b>					
9	17-18	Тема 7. PR в современной практике бизнес-коммуникаций. Основы самопрезентации: визитная карточка художника.	8		4	4	Творческая работа № 2, задания к деловой игре № 1
		<b>Итого за 9 семестр:</b>	<b>72</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>36</b>	<b>зачет</b>
10	1-3	Тема 8. Интернет-коммуникации как инструмент реализации	18	6		12	

Семестр	Недели семестра	Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО	Аудиторные занятия (час.)		Самост. работа (час.)	Оценочные средства
				Лекции	Практ. занятия, семинары		
		PR художника					
10	4-5	Тема 9. Выставочная деятельность и PR. Техническая организация PR-мероприятия	12	4		8	
10	6-7	Тема 10. Работа PR-специалиста со СМИ. Специфика создания пресс-релизов для арт-мероприятий.	12	4		8	Задание по работе с глоссарием PR-терминов № 2
10	8-10	Тема 11. Работа со СМИ: пресс-конференция арт-специалиста	18	6		12	
10	11-15	Тема 12. Принципы проведения презентаций арт-проектов.	30	4	6	20	Контр. работа № 2, Задание case study № 1, задания для дискуссии (к семинару-дискуссии № 3)
10	16-18	Тема 13. Выступления арт-персоны: вербальные и невербальные коммуникации	18		6	12	Семинар № 4,5,6 Задание case study № 2, Задание к деловой игре № 2
			36			36	Экзамен
		<b>Итого за 10 семестр:</b>	<b>144</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>108</b>	
		<b>Итого:</b>	<b>216</b>	<b>48</b>	<b>24</b>	<b>144</b>	

### 3.2 Другие виды занятий

Презентация выставки студенческих работ

### 3.3 Мероприятия самостоятельной работы и текущего контроля

#### 3.3.1 Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрено

#### 3.3.2 Примерный перечень тем расчетно-графических работ

Не предусмотрено

#### 3.3.3 Примерный перечень тем графических работ

Не предусмотрено

#### 3.3.4 Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)

Не предусмотрено

### 3.3.5 Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

Тема реферата:

«Имидж как интегральная характеристика арт-персоны»

Темы творческих работ:

1. «PR, популяризация, реклама и продвижение идся»
2. «Серия АТС»

### 3.3.6 Примерный перечень тем практических внеаудиторных (домашних) работ

1. «Критерии преимущества»
2. «Рейтинговые категории»

### 3.3.7 Примерная тематика контрольных работ

1. «Анализ ошибок в использовании наглядных пособий»
2. «Анализ ошибок в выступлении перед аудиторией»

### 3.3.8 Примерная тематика клаузур

Не предусмотрено

## 4 ПРИМЕНЯЕМЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения							Дистанционные технологии и электронное обучение							
	Компьютерное тестирование	Кейс-метод	Деловая или ролевая игра	Портфолио	Дискуссия, работа в команде	Метод развивающей кооперации	Балльно-рейтинговая система	Лекции с элементами эвристической беседы	Другие методы (какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
Р. 1. Т. 1-4															
Р. 1. Т. 5-6															
Р. 2. Т. 7.															
Р. 2. Т. 8-11															
Р. 2. Т. 12.															
Р. 2. Т. 13.															

## 5 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1 Рекомендуемая литература

#### 5.1.1 Основная литература

- 1) Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар : учебное пособие / Ю.В. - Екатеринбург : Архитектон, 2016. - 95 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455455>
- 2) Поляков В.А., Романов А.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум. /В.А. Поляков, А.А. Романов – М: ЮРАЙТ, 2017. 502 с. URL: <https://biblio-online.ru/viewer/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E#page/171>



- 3) Основы профессиональной межкультурной коммуникации: учебник / Н.В. Барышников. – М.: ИПФРА-М, 2014. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=408974>

### 5.1.2 Дополнительная литература

- 1) Блом М.А., Молоткова Н. В. PR-технологии в коммерческой деятельности: учебное пособие. / Блом М.А. – Тамбов: ТГТУ, 2004 – 104 с.
- 2) [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=39352&sr=1](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=39352&sr=1)
- 3) Кондакова, Ю.В. Основы PR : учебное пособие / Ю.В. Кондакова. - Екатеринбург: Архитектон, 2013. - 225 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221959>
- 4) Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. - М.: Дашков и К, 2016. - 296 с.
- 5) URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403>
- 6) Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями : учебное пособие / под ред. Л.С. Сальникова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 445 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378>
- 7) Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>
- 8) Абросимов, Н.В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании / Н.В. Абросимов. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 144 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176>
- 9) Сердобинцева Е. Н. Структура и язык рекламных текстов/ Е.Н. Сердобинцева – М.: Флинта, 2010. – 160 с. URL: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=57575&sr=1](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=57575&sr=1)
- 10) Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. - 324 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044>
- 11) Основы рекламы : учеб. пособие / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. - 3-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2010. - 400 с.

### 5.2 Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы

Ветошкин В.И., Кондакова Ю.В. Организация самостоятельной работы студентов: учебно-методическое пособие./В.И. Ветошкин, Ю.В. Кондакова. – Екб: Архитектон, 2009. – 88 с.

Кондакова Ю.В. Устное публичное выступление./ Ю.В. Кондакова. – Екб.: Архитектон, 2010 – 138 с.

### 5.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем\*

#### 5.3.1 Перечень программного обеспечения

Тип ПО	Название	Источник	Доступность для студентов
Прикладное ПО/ Офисный пакет	Microsoft Office	Лицензионная программа	Доступно в компьютерном классе и в аудиториях для самостоятельной работы УрГАХУ

\* Реестр лицензий на программное обеспечение, приобретенных УрГАХУ размещен на диске U, в папке УМУ

#### 5.3.2 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Университетская библиотека. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>  
Научная электронная библиотека. Режим доступа: <https://elibrary.ru/>  
Интернет-репозиторий образовательных ресурсов ВЗФЭИ, специфично организованная ЭБС, дополненная развитой системой функций обучения. – [Электронный ресурс] - URL: <http://repository.vzfei.ru>.

Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM». - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/947171>

Мир науки и культуры. Российская Научная Сеть - Scientific Network - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://nature.web.ru>

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>

Электронно-библиотечная система Издательства Лань (ЭБС). - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

Справочная правовая система «Гарант». - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://garant.ru>

Справочная правовая система России «Консультант Плюс» - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

#### **5.4. Электронные образовательные ресурсы:**

<https://biblio-online.ru/>

<http://znanium.com/catalog/product/947171>

<https://e.lanbook.com/>

## **6 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Студент обязан:**

### **1) знать:**

- график учебного процесса по дисциплине (календарный план аудиторных занятий и план-график самостоятельной работы);
- порядок формирования итоговой оценки по дисциплине;  
(преподаватель на первом занятии по дисциплине знакомит студентов с перечисленными организационно-методическими материалами);

### **2) посещать все виды аудиторных занятий (преподаватель контролирует посещение всех видов занятий), вести самостоятельную работу по дисциплине, используя литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины и преподавателем (преподаватель передает список рекомендуемой литературы студентам);**

### **3) готовиться и активно участвовать в аудиторных занятиях, используя рекомендованную литературу и методические материалы;**

### **4) своевременно и качественно выполнять все виды аудиторных и самостоятельных работ, предусмотренных графиком учебного процесса по дисциплине (преподаватель ведет непрерывный мониторинг учебной деятельности студентов);**

### **5) в случае возникновения задолженностей по текущим работам своевременно до окончания семестра устранить их, выполняя недостающие или исправляя не зачтенные работы, предусмотренные графиком учебного процесса (преподаватель на основе данных мониторинга учебной деятельности своевременно предупреждает студентов о возникших задолженностях и необходимости их устранения).**

## **7 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Аудитория с соответствующей инфраструктурой и с мультимедиа-проектором.

## 8 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств предназначен для оценки:

- 1) соответствия фактически достигнутых каждым студентом результатов изучения дисциплины результатам, запланированным в формате дескрипторов «знать, уметь, иметь навыки» (п.1.4) и получения интегрированной оценки по дисциплине;
- 2) уровня формирования элементов компетенций, соответствующих этапу изучения дисциплины.

### 8.1 КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1.1 Уровень формирования элементов компетенций, соответствующих этапу изучения дисциплины, оценивается с использованием следующих критериев и шкалы оценок\*

Критерии		Шкала оценок
Оценка по дисциплине		Уровень освоения элементов компетенций
Отлично	Зачтено	Высокий
Хорошо		Повышенный
Удовлетворительно		Пороговый
Неудовлетворительно	Не зачтено	Элементы не освоены

\*) описание критериев см. Приложение 1.

8.1.2 Промежуточная аттестация по дисциплине представляет собой комплексную оценку, определяемую уровнем выполнения всех запланированных контрольно-оценочных мероприятий (КОМ). Используемый набор КОМ имеет следующую характеристику:

№ п/п	Форма КОМ	Состав КОМ
1	Посещение аудиторных занятий	
2	Выполнение заданий по тематике дисциплины (лекции)	Работа с глоссарием PR-терминов (2 задания) Задания к лекциям с элементами эвристической беседы
3	Практические занятия	case study - (2 задания), задания для дискуссий к семинарам-дискуссиям (4 задания), деловая игра (2 задания)
4	Домашняя работа (9 семестр)	2 работы по 1 заданию
5	Творческая работа (9 семестр)	2 работы по 1 заданию
6	Контрольная работа (9, 10 семестры)	2 работы по 1 заданию
7	Реферат (9 семестр)	7 заданий
8	Зачет (9 семестр)	20 вопросов
9	Зачет с оценкой (10 семестр)	22 вопроса

Характеристика состава заданий КОМ приведена в разделе 8.3.

**8.1.3 Оценка знаний, умений и навыков**, продемонстрированных студентами при выполнении отдельных контрольно-оценочных мероприятий и оценочных заданий, входящих в их состав, осуществляется с применением следующей шкалы оценок и критериев:

Уровни оценки достижений студента (оценки)	Критерии для определения уровня достижений	Шкала оценок
	Выполненное оценочное задание:	
Высокий (В)	соответствует требованиям*, замечаний нет	Отлично (5)
Средний (С)	соответствует требованиям*, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (4)
Пороговый (П)	не в полной мере соответствует требованиям*, есть замечания	Удовлетворительно (3)
Недостаточный (Н)	не соответствует требованиям*, имеет существенные ошибки, требующие исправления	Неудовлетворительно (2)
Нет результата (О)	не выполнено или отсутствует	Оценка не выставляется

\*) Требования и уровень достижений студентов (соответствие требованиям) по каждому контрольно-оценочному мероприятию определяется с учетом критериев, приведенных в Приложении 1.

## 8.2 КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

При проведении независимого тестового контроля как формы промежуточной аттестации применяется методика оценивания результатов, предлагаемая разработчиками тестов.

## 8.3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 8.3.1. Перечень заданий для аудиторных занятий:

#### Работа с глоссарием PR-терминов:

Произвести работу со словарем PR-терминов (приложение к учебному пособию: Кондакова Ю.В. Основы PR: учебное пособие./ Ю.В. Кондакова. – Екб.: Архитектон, 2013. С. 212-224).

*Задание № 1:* выбрать из словаря термины к теме «Позиционирование PR-объекта», выписать значения терминов.

*Задание № 2:* выбрать из словаря термины к теме «Работа PR-специалиста со СМИ. Специфика создания пресс-релизов для арт-мероприятий», выписать значения терминов.

#### Лекции с элементами эвристической беседы:

Вопросы к лекциям см. после глав 1-3 раздела 1, глав 1-2 раздела 2, глав 1-3 раздела 3 учебного пособия: Кондакова Ю.В. Основы PR: учебное пособие./ Ю.В. Кондакова. – Екб.: Архитектон, 2013.

### 8.3.2. Перечень заданий для практических занятий:

#### Задание case study № 1:

Арт-мероприятие, в котором вы участвуете, представляет собой 5 выступлений арт-персон перед публикой. Аудитория молодежная, состоящая из студентов-художников. Ваше выступление на тему «Почему художнику нужен качественный пиар» стоит последним в ряду

других выступлений арт-персон. Придумайте текст 3-5 минутного выступления и как можно больше вариантов привлечения аудитории к Вашей речи.

Задание case study № 2:

Попытайтесь представить себя на месте организаторов выставок (проходили реально и имели большой успех). Где можно представить место пресс-конференций по поводу этих выставок? Продумайте несколько вариантов ответа.

- 1) В 2014 г. в Каталонии открылась необычная выставка «Ответы искусства», посвященная Пабло Пикассо. Это уникальное частное собрание батистовых салфеток с кружевными оборками ручной работы, объединенных темой одного гения. Работы созданы в 70-х годах XX века всемирно известными писателями, художниками, среди которых каталонские художники Жоан Миро и Антони Тапиес, испанские скульптор Эдуардо Чильида и поэт и драматург Рафаэль Альберти, чилийский писатель Пабло Неруда, дочь художника Палома Пикассо, поп-артовская группа «Экипо Кроника». Коллекция-посвящение Пикассо демонстрировалась широкой публике впервые.
- 2) В 2012 г. на крыше всемирно известного Метрополитен-музея в Нью-Йорке проходила необычная выставка: грандиозная инсталляция аргентинского художника Томаса Сарасено, «Облачный город». Высота представленной конструкции составила 16 метров. Она состояла из соединенных между собой огромных сфер из стекол и зеркал. Благодаря множеству отражений посетители видели окружающее пространство совершенно по-новому: парк переворачивался и превращался в «летающий сад», а небо оказывалось под ногами.

Семинарское занятие № 1. «Специфика арт-пиара». (9 семестр). Семинар-дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

- 1) Выявить специфику арт-PR.
- 2) Раскрыть базовую цель арт-PR. Нужен ли PR миру дизайна?
- 3) Проанализировать специфику арт-менеджмента как вида управленческой деятельности в сфере дизайна.

Литература:

- 1) Аксютик, Н.И., Макарова, Е.А. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности в сфере искусства и культуры: учебное пособие. / Н.И. Аксютик, Е.А. Макарова. – Мн.: МИТСО, 2008. – 147 с.
- 2) Благосклонов, А. Нужен ли PR миру искусства? Российское искусство и современные PR-технологии: взаимодействие необходимо — или попытка соединить несовместимое? [Электронный ресурс] / А. Благосклонов // Справочник «Единый художественный рейтинг». – Выпуск 5 (1/2002). – Электрон. версия печ. публ. Режим доступа: <http://rating.artunion.ru/article28.htm>.
- 3) Суминова Т.Н. Арт-менеджер как интеллектуальный ресурс / капитал экономики сферы культуры и искусства / Т.Н. Суминова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2008. – №3. – С. 98-101.

Семинарское занятие № 2 (9 семестр). Защита рефератов (семинар-дискуссия).

Занятие проводится в виде дискуссии с представлением презентаций Power Point. Тема реферата – «Имидж как интегральная характеристика арт-персоны».

Вопросы для обсуждения (см. задания к реферату).

Семинарское занятие № 3 (9 семестр). «Принципы проведения презентаций арт-проектов» (семинар-дискуссия).

Вопросы для обсуждения.

- 1) Выявить элементы типового сценария презентации
- 2) Сформулировать основные правила проведения арт-презентаций.
- 3) Создать характеристику критериев качественной презентации как специально организованного мероприятия для журналистов.

Литература:

1. Беленкова А.А. PR-стой пиар. М., 2009.

2. Васильев Н.Н. Тренинг профессиональных коммуникаций в психологической практике. СПб., 2005.
3. Кривонос А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб., 2001.
4. Кузип Ф.А. Культура делового общения. М., 2000.

Задание к деловой игре № 1 «Креативная визитная карточка арт-группы» (9 семестр):

Студенты разделяются на 2 команды, придумывают название своим арт-группам и разрабатывают свои визитки. У каждой команды задание – придумать 10 способов, как создать креативную визитку своей группе, а затем 10 способов, как сделать из приличной разработки визитки нечто несуразное.

Написать по работе участников анализ итогов деятельности – визитной карточки и реализованности ее функций (информативность, креативность, нетворкинг, рекламирование).

Задание к деловой игре № 2 «Минипрезентация» (10 семестр):

- 1) Провести мини-презентацию выставки с использованием как можно большего количества различных видов наглядных пособий. Обсудить варианты в группе.
- 2) Подготовить мини-презентацию с использованием 2-3 наглядных пособий (на выбор). Представить, что к началу презентации одно из пособий (какое конкретно, будет известно за 5 минут до начала выступления) будет исключено, провести презентацию с учетом данной проблемы.
- 3) Выбранный участник пробует выступать с предложенным текстом перед «сложной» аудиторией. Прочие члены группы получают задание сыграть роли агрессивных (сонных, гиперактивных, отвлекающихся) слушателей.

Оратору следует:

- Определить, кому в аудитории дана роль «возмутителей спокойствия», кому – отвлекающихся слушателей, а кому – роль слушателей, разделяющих мнение выступающего.
- Попытаться привлечь внимание к речи «отвлекающихся», блокировать выпады «агрессоров», использовать позитивную силу «защитников».
- Написать по работе участников анализ итогов деятельности (реализованности заданий).

### **8.3.3. Перечень заданий для домашних работ:**

Домашняя работа № 1 (9 семестр):

Выполнить упражнение 7 (с. 31). Подготовка к работе осуществляется на основе материалов приложения учебного пособия: Кондакова Ю.В. Основы PR: учебное пособие./ Ю.В. Кондакова. – Екб.: Архитектон, 2013. – 225 с.

Домашняя работа № 2 (10 семестр):

На основании критериев Единого художественного рейтинга определить рейтинговые категории Ильи и Эмилии Кабаковых, Дмитрия Шагина, Никаса Сафронова, Марка Кресмера.

### **8.3.4. Перечень заданий для творческих работ:**

Творческая работа № 1:

- 1) Иронический пример Фрейзера П. Сайтзла дает возможность ощутить основную разницу между PR, популяризацией, рекламой и продвижением идеи (впишите, продемонстрировав соответствие термина и примера):  
Предположим, в Ваш город приезжает цирк, и вы хотите, чтобы об этом узнали.
  - установите рекламный щит, на котором написано, что в город приехал цирк.
  - установите такой щит на спине у слона и проведите его по городу.
  - слон с рекламным щитом на спине потоптал весь тщательно ухоженный цветник мэра города, и это попало в газеты.
  - если после этого вам удастся склонить мэра к тому, чтобы забыть неприятности, отнестись к происшествию с юмором и даже принять участие в цирковом параде.
- 2) Создать рисунок, представляющий визуальный образ связи PR и рекламы, с учетом, что у этих понятий есть и общие элементы, и своя специфика.

### Творческая работа № 2:

Разработать свою серию АТС (ОКХ), которые можно использовать в качестве визитных карточек, в количестве членов своей группы, в целях дальнейшего обмена. В ОКХ требуется выразить себя или показать свой стиль, используя один или несколько выбранных материалов.

### **8.3.5. Перечень заданий для контрольных работ:**

#### Контрольная работа № 1:

Подготовка к контрольным работам осуществляется на основе материалов приложения учебного пособия Ю.В. Кондаковой «Основы PR» (стр. 203-204) – анализ текста, поиск ошибок (ошибок в использовании наглядных пособий).

Кондакова Ю.В. Основы PR: учебное пособие./ Ю.В. Кондакова. – Екб.: Архитектон, 2013. – 225 с.

Контрольная работа по дисциплине представляет собой письменную работу (задания в рамках тем прочитанных лекций) и оценивается, исходя из количества найденных ошибок.

#### Контрольная работа № 2:

Подготовка к контрольным работам осуществляется на основе материалов приложения учебного пособия Ю.В. Кондаковой «Основы PR» (стр. 205-206) – анализ текста, поиск ошибок (ошибок в выступлении перед аудиторией).

Кондакова Ю.В. Основы PR: учебное пособие./ Ю.В. Кондакова. – Екб.: Архитектон, 2013. – 225 с.

Контрольная работа по дисциплине представляет собой письменную работу (задания в рамках тем прочитанных лекций) и оценивается, исходя из количества найденных ошибок

### **8.3.6. Перечень заданий для реферата:**

Принципы подготовки, требования описаны в учебно-методическом пособии В.И. Ветошкина, Ю.В. Кондаковой «Организация самостоятельной работы студентов». – Екб.: Архитектон, 2009. – 88 с.

#### Задания к реферату:

1. Выявить, какие факторы в основном влияют на построение имиджа.
2. Описать разновидности имиджа: текущий, желательный, зеркальный и др.
3. Раскрыть приемы по созданию имиджа арт-персоны.
4. Проанализировать принципы построения имиджа: определение требований целевой аудитории, перевод выбранных характеристик в имиджевые контексты.
5. Описать такие средства воздействия арт-персоны на аудиторию, как репутация, общественный статус.
6. Раскрыть такие средства воздействия арт-персоны на аудиторию, как: биография, папки коммуникации.
7. Проанализировать базовые технологии построения имиджа: позиционирование, возвышение имиджа, отстройка от конкурентов.

### **8.3.7. Перечень вопросов к зачету:**

1. Законодательная основа деятельности PR-службы.
2. Корпоративные издания как элемент внутрикорпоративной политики. Задачи, содержание, принципы деятельности.
3. Этические нормы деятельности в области связей с общественностью. Российские и зарубежные профессиональные кодексы, базовые принципы работы PR-специалистов.
4. Пресс-релиз как вид коммуникации. Требования к оформлению, содержанию, способы распространения.
5. Основные направления деятельности PR-службы. Место, приоритеты и штатный состав сотрудников службы в зависимости от вида деятельности компании (банковская структура, общественная организация, производственный холдинг, торговая фирма).

6. Корпоративный сайт. Значение, задачи, обязательные разделы, принципы информационного наполнения.
7. Документационное обеспечение деятельности PR-службы в организации.
8. Типология СМИ. Принципы взаимодействия PR-службы со средствами массовой информации. Создание и поддержание контактов с пулом.
9. Планирование и отчетность в деятельности PR-службы.
10. Технология организации и проведения пресс-конференции.
11. Внутрикорпоративный PR. Значение, задачи, содержание работы, взаимодействие с другими структурами организации.
12. Технология организации и проведения пресс-конференции.
13. Место и роль PR-службы в системе внешних и внутренних коммуникаций организации.
14. Организация и проведение интервью для печатных и радиоэлектронных средств массовой информации.
15. Система оценки эффективности PR-деятельности. Количественные и качественные методы исследования эффективности.
16. Технология подготовки и проведения пресс-тура.
17. Участие PR-службы в формировании фирменного стиля организации. Элементы фирменного стиля.
18. Мероприятия для персонала организации. Их значение в внутрикорпоративных коммуникациях.
19. Взаимоотношения и взаимопроникновение связей с общественностью с другими гуманитарными дисциплинами.
20. Участие PR-службы в формировании репутации организации и имиджа руководителя. Методы и способы работы.

#### **Критерии зачетной оценки:**

##### **«Зачтено»**

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам дисциплины, а также по основным вопросам, выходящим за пределы учебной программы;
- точное использование научной терминологии систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы;
- безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач;
- выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы и нестандартные ситуации;
- полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине;
- умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку, используя научные достижения других дисциплин;
- творческая самостоятельная работа на практических/семинарских занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий;
- высокий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

##### **«Не зачтено»**

- фрагментарные знания по дисциплине;
- отказ от ответа (выполнения письменной работы);
- знание отдельных источников, рекомендованных учебной программой по дисциплине;
- неумение использовать научную терминологию;
- наличие грубых ошибок;
- низкий уровень культуры исполнения заданий;
- низкий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

#### **8.3.8. Перечень вопросов к экзамену (10 семестр):**

1. Специфика понятий «общественность» и «общественное мнение».



2. Социальная значимость информации.
3. Реклама и PR. PR и пропаганда.
4. Паблик рилейшнз и сфера публицити.
5. Информационная, управленческая, регулятивная функции PR.
6. Основные направления в PR-деятельности. Типы PR.
7. Понятие «связи с общественностью» в арт-сфере. Цели мероприятий в сфере арт-PR.
8. PR-активность художника в современных условиях конкурентной борьбы. Принципы формирования благоприятного общественного мнения об арт-персоне.
9. Специфика деятельности PR-специалиста в арт-сфере. Качества квалифицированного PR-специалиста в арт-сфере.
10. Имидж: специфика понятия, особенности функционирования.
11. Специфика моделирования имиджа арт-персоны.
12. Позиционирование как одна из наиболее важных целей PR. Сила узнаваемости позиционированного PR-объекта.
13. Этапы позиционирования, его базовые стратегии.
14. Критерии позиционирования: уникальность, атрибуция, лидерство в категории, оптимальное использование и т.д.
15. Позиционирование арт-бренда как ключевое сообщение (идея, набор ценностей), транслируемое аудитории.
16. Нейминг арт-субъекта.
17. Принципы дифференциации PR-субъекта в арт-сфере.
18. Художественные рейтинги как инструменты позиционирования изобразительного искусства XXI в.
19. Роль в позиционировании социальной активности художника.
20. Анализ типичных ошибок арт-позиционирования.
21. Специфика развития рынка PR-услуг и рынка современного изобразительного искусства. Типология участников. Виды участия на арт-рынке.
22. Использование PR-технологий участниками рынка изобразительного искусства.

#### **Критерии экзаменационной оценки**

##### Оценка «отлично»

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам дисциплины, а также по основным вопросам, выходящим за пределы учебной программы;
- точное использование научной терминологии систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы;
- безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач;
- выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы и нестандартные ситуации;
- полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине;
- умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку, используя научные достижения других дисциплин;
- творческая самостоятельная работа на практических/семинарских занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий;
- высокий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

##### Оценка «хорошо»

- достаточно полные и систематизированные знания по дисциплине;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку;
- использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;





- владение инструментарием по дисциплине, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине;
- самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий;
- средний уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

Оценка «удовлетворительно»

- достаточный минимальный объем знаний по дисциплине;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по дисциплине и давать им оценку;
- использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении типовых задач;
- умение под руководством преподавателя решать стандартные задачи;
- работа под руководством преподавателя на практических занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий
- достаточный минимальный уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

Оценка «неудовлетворительно»

- фрагментарные знания по дисциплине;
- отказ от ответа (выполнения письменной работы);
- знание отдельных источников, рекомендованных учебной программой по дисциплине;
- неумение использовать научную терминологию;
- наличие грубых ошибок;
- низкий уровень культуры исполнения заданий;
- низкий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:					
№ п/п	Кафедра	Ученая степень, ученое звание	Должность	ФИО	Подпись
1	Кафедра социальных и гуманитарных наук	Кандидат филолог. наук, доцент	Профессор	Ю.В. Кондакова	
Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры и согласована:					
Заведующий кафедрой социальных и гуманитарных наук				В.И. Ветолкин	
Директор библиотеки УрГАХУ				Н.В. Нохрипа	
Директор Института изобразительных искусств				О.В. Загребял	

Критерии уровня сформированности элементов компетенций на этапе изучения дисциплины с использованием фонда оценочных средств

Признаки уровня и уровни освоения элементов компетенций					
Компоненты компетенций	Высокий	Повышенный	Пороговый	Компоненты не освоены	
<b>Знания*</b>	Студент демонстрирует высокий уровень соответствия требованиям дескрипторов	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов	
<b>Умения*</b>	Студент может применить свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.	Студент может применить свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.	Студент может применить свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов	
<b>Личностные качества (умения в обучении)</b>	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать собственное понимание, умения и деятельность в области изучения преподавателю и коллегам своего уровня.	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать собственное понимание, умения и деятельность в области изучения преподавателю и коллегам своего уровня.	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать собственное понимание, умения и деятельность в области изучения преподавателю и коллегам своего уровня.	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов	
<b>Оценка по дисциплине</b>	<b>Отл.</b>	<b>Хор.</b>	<b>Удовл.</b>	<b>Неуд.</b>	

\*) Конкретные знания, умения и навыки в области изучения определяются в рабочей программе дисциплины п. 1.4