МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ В МЕДИАКОММУНИКАЦИЯХ

Направление и направленность (профиль)
42.04.05 Медиакоммуникации. Производство и управление медийными продуктами

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Основы управления и продвижения в медиакоммуникациях» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №531) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Ушанов П.В.

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от 06.04.2026 , протокол № 7

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат	1575566011
Номер транзакции	0000000000F6200F
Владелец	Булах С.П.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Цель цисциплины: развивать компетенции, позволяющие управлять медиабизнесом.

Задачи дисциплины:

- сформировать целостное и системное представление о медиоотрасли;
- изучить основные методы управления в медиакоммуникациях;
- изучить основные методы продвижения в медиакоммуникациях;
- закрепить знания и умения в области управления медиапроектами.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
42.04.05 «Медиакоммуникации» (М-МК)				

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	**Формирование ценностей**	**Целевые ориентиры**
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Гражданственность	Лидерство
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Формирование ответственного отношения к труду	Высокие нравственные идеалы	Дисциплинированность
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Историческая память и преемственность поколений	Активная жизненная позиция
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Высокие нравственные идеалы	Гуманность

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина "Основы управления и продвижения в медиакоммуникациях" входит в Блок 1 Обязательной части. Индекс - М.1.Б.05. Дисциплина открывает обучение в магистратуре. Для ее освоения студенты используют знания, полученные в рамках бакалавриата.

Данная учебная дисциплина входит в совокупность дисциплин общепрофессионального цикла, ориентированных на изучение профессиональных особенностей такой области человеческой деятельности как массовая информация.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттестации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.04.05 Медиакоммуникации	ОФО	М01.Б	1	5	17	4	12	0	1	0	163	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Функции медиабизнеса: контент, продажи, продвижение, распространение.	РД1	1	2	0	41	проверка конспекта, опрос, дискуссия
2	Цели и задачи менеджмента в медиакоммуникациях		1	4	0	41	проверка конспекта, опрос, дискуссия
3	Типы планирования – стратегическое, тактическое, оперативное.	РД2	1	4	0	41	проверка конспекта, опрос, дискуссия
4	Стратегии продвижения медиапродукта.	РД3	1	4	0	40	проверка конспекта, опрос, дискуссия
Итого по таблице			**4**	**14**	**0**	**163**	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Функции медиабизнеса: контент, продажи, продвижение, распространение.

Содержание темы: Анализируются основные функции медиабизнеса на примере медиахолдингов, крупных медиаподразделений. Показывается взаимосвязь функций, невозможность реализации медиабизнеса в отсутствие любой из них.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

Тема 2 Цели и задачи менеджмента в медиакоммуникациях.

Содержание темы: Анализируется целеполагание в медиабизнесе. Обосновывается возможность различных вариантов целеполагания. Показывается, как в бизнесе частные задачи вытекают из целеполагания. Анализируется понятие «миссия». Показывается, каким образом «миссия» транслируется в основных корпоративных документах .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

Тема 3 Типы планирования – стратегическое, тактическое, оперативное.

Содержание темы: Анализируются разные типы планирования применительно к менеджменту в медиакоммуникациях. В качестве кэйса разбираются различные варианты планирования .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

Тема 4 Стратегии продвижения медиапродукта.

Содержание темы: Анализируется специфика различных стратегий продвижения медиапродукта. Принципы проектирования в медиакоммуникациях. Специфика медиапроекта коммуникационной кампании. Разбор кейсов реализованных медиапроектов.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Изучение данной дисциплины предполагает, что студент будет обращаться к теоретической литературе, выяснение сущности категорий, получение представлений об этапах эволюции СМИ, журналистики связей с общественностью в контексте усложнения массовой коммуникации как системы. Многие вопросы, вызывающие разночтения из-за разного толкования в теоретической литературе, будут обсуждены на практических занятиях в процессе опросов, а также в процессе выполнения контрольных заданий.

Предложенный список литературы позволяет освоить категориальный аппарат в области связей с общественностью в необходимом минимальном объеме. Это учебные пособия по общим вопросам PR, а так же по основным специализациям в области

общественных связей. По некоторым темам студенту будет предложена специальная, дополнительная литература, которую необходимо прочесть, чтобы получить узкоспециальные знания. Источники из списка дополнительной литературы будут предложены по конкретной теме и прокомментированы вначале занятия или в связи с заданием.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретическую литературу, прочитать записи лекций и быть готовым ответить на контрольные вопросы. Все виды оценочных средств предложены в Фонде оценочных средств.

Оценка по дисциплине «Основы управления и продвижения в медиакоммуникациях» формируется в соответствии с положением о рейтинговой системе оценки знаний. Учитываются 4 основных вида контроля:

1 посещение лекций и практических занятий;

2 мини контрольные работы;

3 ответ на практическом занятии по теоретическим вопросам темы;

4 творческое задание, выполненное самостоятельно, проконтролированное непосредственно на практическом занятии.

Неудовлетворительная оценка, полученная студентом, пересдается по правилам рейтинговой оценки знаний студентов ВГУЭС.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Медиакоммуникации и журналистика: историко-филологические исследования : учебное пособие / О. С. Кругликова, К. Р. Нигматуллина, К. В. Силантьев [и др.] ; под ред. О. С. Кругликовой. — Москва : Русайнс, 2023. — 108 с. — ISBN 978-5-466-04366-2. — URL: https://book.ru/book/952109 (дата обращения: 09.09.2025). — Текст : электронный.

2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебник для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/564576 (дата обращения: 01.09.2025).

7.2 Дополнительная литература

1. Бредихин С.Н.; Кузьменко С.А.; Маринина Г.И.; Марченко Т.В.; Матвеичева Т.В. Культура. Коммуникация. Перевод : коллективная монография : Монография [Электронный ресурс] : Ставрополь: изд-во СКФУ , 2017 - 228 - Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/642427

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: https://lib.rucont.ru/
3. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
4. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
5. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
6. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: http://www.consultant.ru/

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- ТВ "HITACHI-C15LC880SNT"
- Вандоустойчивый сейф-тележка с распр.питанием д/порт.компьютеров
- Видеокамера Sony PMW-320K
- Граф/станц: С/Б Hyper PC, в/карта NVIDIA Quadro 4000, мышь/клав./монитор Beng GW2250M
- Диктофон Marantz PMD671
- Микрофон Sony ECM-MS2
- Монитор LG 29EA93
- Монитор для видеокамеры 7-дюймовый LCD
- Облачный монитор LG Electronics черный +клавиатура+мышь
- Принтер № 3 Kyocera FS-1060DN
- Станция видеомонтажа NIX 4960X/32Gb

Программное обеспечение:

- PDF Converter

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ В МЕДИАКОММУНИКАЦИЯХ

Направление и направленность (профиль)
42.04.05 Медиакоммуникации. Производство и управление медийными продуктами

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
42.04.05 «Медиакоммуникации» (М-МК)		

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : - основополагающие экономические понятия и принципы функционирования рыночной экономики, представление о менеджменте современных медиаконцернов	1.1. Функции медиабизнеса: контент, продажи, продвижение, распространение.	Анкета / опросник	Анкета / опросник
РД2	Навык : - управления творческими коллективами, использования инструментов и методик прогнозирования и деловой оценки конъюнктуры медиарынка	1.3. Типы планирования – стратегическое, тактическое, оперативное.	Доклад, сообщение	Доклад, сообщение
РД3	Умение : - анализировать глубинные процессы, происходящие в экономике СМИ, основополагающие экономические законы, принципы функционирования рыночной экономики, получают представление о маркетин	1.4. Стратегии продвижения медиапродукта.	Разноуровневые задачи и задания	Разноуровневые задачи и задания

	ге и менеджменте в СМИ			

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять творческие задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не формированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Пример анкеты

Термин, понятие	**Формулировка содержания**
Как контент стимулирует обращение к источнику его распространения	
Продажа рекламных площадей или рекламного времени.	
Что продвигать: контент, автора, СМИ?	
Медиахолдинг: в чем смысл тиражирования одного контента по рахным каналам – радио, ТВ, соц.сети, новостной портал и т.д.	
Особенности контента, привлекающие рекламодателей	

Краткие методические указания

Подготовка к письменной работе осуществляется студентом самостоятельно. Студент использует определения, зафиксированные на лекции или указанные в учебниках по данной теме, а также в справочниках и словарях (дополнительная литература).

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	5 правильных ответов из 5
2.	4 балла	4 правильных ответа из 5
3.	3 балла	3 правильных ответа из 5
4.	2 балла	2 правильных ответа из 5
5.	1 балл	1 правильный ответ из 5
6.	0 баллов	Нет правильных ответов

5.2 Варианты индивидуальных домашних заданий

- Определить в чем актуальность такого исследования для запуска нового медиа-проекта на ТВ

- Как результаты исследования помогут привлечь рекламодателя
- Насколько достоверным может быть рейтинг телеканала, программ.
- Как учитывать характеристики аудитории при программировании канала
- Насколько аудитория меняется в прайм-тайм. Куда она переходит?
- Насколько достоверны результаты исследования,какие методы использовались, правильно ли сделана выборка аудитории

Краткие методические указания

Студенты в группе обсуждают конкретные примеры коммуникационных исследований, после чего выполняют свою, определенную группой, часть задания. Учатся формулировать задачи перед исследовательсткой группой, сосавлять задание, проверять достоверность выводов и степень погрешности.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	3 балла	Написание задания для исследования, точная формулировка целей работы, активное обсуждение его на занятии, правильные замечания по тексту, предложения по его улучшению. .

2.	2 балла	Написание задания, в целом отвечающего требованиям. Участие в обсуждении . Верные замечания об ошибках и погрешностях.
3.	1 балл	Написание задания на заданную тему с незначительными недостатками. Участие в обсуждении сильных и слабых сторон своего и чужих текстов.

5.3 Перечень тем докладов, сообщений

1. Кто управляет СМИ? «Хозяин» и управленец. Роль главного редактора.
2. Как вести «планёрки» и летучки»я и создавать предпосылки для диалога
3. Какой пример подает шеф? Как мотивировать персонал редакции?
4. Особенности разборок ошибок сотрудников
5. Подбор кадров, что можно доверить стажёру?
6. Как стимулировать карьеру журналиста?
7. Атмосфера в редакции. Конкуренция и сотрудничество.
8. Конфликты между отделами редакции.
9. Нужен ли «зам по развитию»?
10. Разрешение конфликтов между СМИ и героями репортажей.
11. Стратегический менеджмент в медиасфере
12. Организация работы редакции разных типов СМИ
13. Структура и принципы функционирования медиа-холдингов.
14. Планирование и ведение медиа-проектов.
15. Составление бизнес-плана для запуска новых проектов.
16. Бизнес планирование редакционнойдеятельности.
17. «Фриланс» и работа в штате. Подбор команды на проекты.
18. Новые медиа и страые СМИ. Как одно преломляется в другое.
19. Экономические основы эффективной деятельности СМИ.
20. Что такое «медиа-актив»?
21. Сколько стоит СМИ? И По какой цене этот бизнес можно продать?
22. Маркетинговая деятельность на медиа-рынках. Медиа-продукт.
23. Тенденции развития медиа-рынка.
24. Аудитории и структура медиа-потребления.
25. Динамика целевых групп аудиторий и партнёров.
26. Бизнес-модели современных СМИ. Сетевые издания. Холдинги. Бренды.
27. Продвижение своих медиа-персон. Брендирование продуктов.
28. Особенности СМИ как рекламоносителей. Взаимное продвижение и коммерческое партнёрство.
29. Рекламные кампании самого СМИ в глазах аудитории и возможных рекламодателей.
30. Руководство творческими процессами в редакции. Интеграция этих процессов в бизнес.
31. Что продают СМИ. Позиционирование на медиа- рынке.
32. Критерии оценки медиа-проектов.
33. Продюссирование программ и проектов.
34. Оценка вклада сотрудников в общее дело. Поиски мотивации.

Краткие методические указания

Подготовка к письменной работе осуществляется студентом самостоятельно. Студент использует определения, зафиксированные на лекции или указанные в учебниках по данной теме, а также в справочниках и словарях (дополнительная литература).

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знан ие учебного материала по теме, усвоение основной учебной и дополните льной литературы, рекомендованной программой, свободно оперирует п

		онятиями и научными категориями при обсуждении теоретических воп росов, глубоко понимает закономерности развития анализируемой сфер ы, умеет свободно приводить примеры из области прочитанной в школе литературы, применяет знания в ситуациях повышенной сложности.
2.	4 балла	Студент демонстрирует знание темы на среднем уровне, знание основны х положений учебника и дополнительных материалов, допускает незнач ительные ошибки, неточности при аналитических операциях, изредка о шибается в понимании содержания категорий, хорошо анализирует пред лагаемый для мыслительной деятельности материал, приводит собствен ные примеры для иллюстрации понимания
33.	3 балла	Студент демонстрирует очень общее усвоение знаний по теме, допускае т значительные ошибки при аналитических операциях, показывает нали чие отдельных отрывочных знаний по теме, испытывает значительные т рудности при оперировании точными понятиями и категориями..
4.		Студент демонстрирует отрывочные, бессистемные знания, проявляет от сутствие логики в ответе, отсутствие знаний материала учебников, либо демонстрирует полное отсутствие знаний по теме.