МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
**ПАБЛИСИТИ КАК PR-ТЕХНОЛОГИИ**

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2026

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Паблисити как PR-технологии» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512) 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):

*Павелкина Л.С.*

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 | 00000000010A4B1E |
| Владелец | Булах С.П. |

## 1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Дисциплина «Паблисити как ПР-технология» предлагает концептуальное осмысление современных коммуникационных технологий управления общественным мнением в контексте происходящих трансформаций массового сознания и социальных, культурных динамик. Одновременно с аналитическим и концептуальным обоснованием, данный курс дисциплины является практико-ориентированным.

Эти знания необходимы для специалистов, работающих в сфере массовой информации, поскольку закладывают фундамент системного понимания коммуникационных процессов, которые происходят в мире.

**Цель**дисциплины:расширить знания студентов в области применения паблисити как коммуникативной технологии и выработать навыки его эффективного использования.

**Задачи** освоения дисциплины:

- сформировать представления о факторах, повлиявших на появление и развитие деятельности паблисити;
- выявить основные закономерности использования коммуникативных приемов;
-изучить условия и принципы успешного их применения.

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 |
| 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК) | | | | |

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** | | |
| Формирование толерантности и уважения к представителям различных национальностей и культур, проживающих в России | Единство народов России | Культурная идентичность |
| **Формирование духовно-нравственных ценностей** | | |
| Воспитание чувства долга и ответственности перед семьей и обществом | Гражданственность | Инициативность |

| | | |
|---|---|---|
| **Формирование научного мировоззрения и культуры мышления** | | |
| Развитие творческих способностей и умения решать нестандартные задачи | Созидательный труд | Гибкость мышления |
| **Формирование коммуникативных навыков и культуры общения** | | |
| Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать | Справедливость | Доброжелательность и открытость |

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Для освоения дисциплины «Паблисити как ПР-технология» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные на предыдущем уровне образования: «Основы рекламы и ПР», «Политический ПР» и др. В то же время знания, полученные при освоении дисциплины «Паблисити как ПР-технология», могут являться базовыми для изучения других профессиональных дисциплин.

## 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 | | |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ОФО | Б1.В | 7 | 4 | 17 | 0 | 16 | 0 | 1 | 0 | 127 | ДЗ |

## 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 | Паблисити: понятие и сущность | РД1 | 0 | 2 | 0 | 5 | |
| 2 | Модели, виды и типы коммуникаций для паблисити | РД2 | 0 | 2 | 0 | 5 | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | Паблисити и маркетинговые коммуникации | РД2 | 0 | 2 | 0 | 5 | |
| 4 | Паблисити организации во взаимоотношениях с потребителями | | 0 | 2 | 0 | 5 | |
| 5 | Паблисити как условие положительной репутации и благоприятного имиджа | | 0 | 2 | 0 | 5 | |
| 6 | Методы и технологии формирования положительного образа. | | 0 | 2 | 0 | 5 | |
| 7 | Специальные события в паблисити | | 0 | 4 | 0 | 10 | |
| 8 | Работа с прессой для паблисити | | 0 | 4 | 0 | 10 | |
| 9 | Особенности создания зрелищного продукта для паблисити | | 0 | 4 | 0 | 10 | |
| 10 | Роль сетевых коммуникаций для паблисити финансовых структур | | 0 | 4 | 0 | 10 | |
| 10 | Паблисити в сфере туризма | | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 11 | Особенности формирования паблисити авиакомпаний | | 0 | 2 | 0 | 5 | |
| 12 | Паблисити предприятий ресторанного бизнеса, отелей | | 0 | 2 | 0 | 5 | |
| **Итого по таблице** | | | **0** | **32** | **0** | **80** | |

### 4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

*Тема 1 Паблисити: понятие и сущность.*

Содержание темы: Роль и место паблисити как коммуникативной технологии в современном мире. Основные инструменты практической деятельности. Общественность как объект воздействия. Общественное мнение и его свойства. Роль общественного мнения в паблисити. Формирование общественного мнения как ключевое направление в практической деятельности паблисити.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 2 Модели, виды и типы коммуникаций для паблисити.*

Содержание темы: Опыт использования паблисити в мировой практике. Анализ ситуаций.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 3 Паблисити и маркетинговые коммуникации.*

Содержание темы: Приемы влияния на психологию потребителя. Роль паблисити в формировании покупательского поведения. Паблисити и имидж производителя. Паблисити во взаимодействиях с целевыми аудиториями.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 4 Паблисити организации во взаимоотношениях с потребителями.*

Содержание темы: Разрешение конфликтных ситуаций и освещение в прессе как фактор успешных коммуникаций с потребителями.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 5 Паблисити как условие положительной репутации и благоприятного имиджа.*

Содержание темы: Формирование положительной репутации. Факторы формирования имиджа.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 6 Методы и технологии формирования положительного образа.*

Содержание темы: Работа со СМИ.Психологические аспекты. Визуальное моделирование. Роль паблисити в поддержании благоприятного образа в различных сферах.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 7 Специальные события в паблисити.*

Содержание темы: Понятие событийного менеджмента. Место событийного маркетинга в интегрированных коммуникациях. Виды и форматы специальных событий. Классификация специальных событий для паблисити. Способы применения событийного маркетинга. Организация специальных событий и управление процессом. Освещение их в прессе. Специфика деятельности в различных сферах.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 8 Работа с прессой для паблисити.*

Содержание темы: Роль массовых коммуникаций в формировании положительной известности. Создание текстового продукта для СМИ. Особенности работы с радио и ТВ. ТВ как канал визуальной информации. Интернет как интерактивный канал. Роль и функции сетевых коммуникаций для паблисити. Общие закономерности сетевого общества. Виды сетевых коммуникаций. Информационно-коммуникативные технологии для паблисити. .

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 9 Особенности создания зрелищного продукта для паблисити.*

Содержание темы: Праздник как специальное мероприятие и технология формирования позитивной известности. Корпоративный праздник – организация и проведение. Роль корпоративного рпаздника для паблисити. Специфика создания паблисити в области спорта организаций, клубов, команд, персон. Опыт успешных спецсобытий спортивного характера, имеющих социальную значимость. Спортивный праздник как мероприятие многоцелевого назначения и его роль для паблисити.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 10 Роль сетевых коммуникаций для паблисити финансовых структур.*

Содержание темы: Продвижение серверов мировых финансовых рынков. Опыт успешной деятельности с целью паблисити в области валютных рынков. Формирование паблисити в финансовой сфере традиционными методами. Особенности построения отношений с инвесторами. Паблисити банка. Паблисити как фактор противостояния рейдерству.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 10 Паблисити в сфере туризма.*

Содержание темы: Многообразие направлений деятельности. Специфика сферы туризма как показателя экономического развития в России и за рубежом. Специфика инструментария для паблисити. Особенности развития туристической отрасли в России. Анализ деятельности конкретных компаний, действующих в направлениях выездного туризма, для достижения паблисити. Паблисити туристических кампаний, действующих в направлениях внутреннего туризма. Паблисити региона с целью развития внутреннего туризма.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 11 Особенности формирования паблисити авиакомпаний.*

Содержание темы: Специфика деятельности авиаперевозчиков. Ее влияние на выбор инструментов формирования паблисити. Кризисные ситуации как неизбежный фактор, влияющий на формирование паблисити. Мировой опыт успешных кампаний по достижению позитивной известности.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 12 Паблисити предприятий ресторанного бизнеса, отелей.*

Содержание темы: Особенности ресторанной сферы и целевой аудитории. Опыт успешных кампаний в мировой практике. Основные инструменты для достижения паблисити конкретного предприятия.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

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

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

**6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Изучение данной дисциплины предполагает, что студентбудет обращаться к теоретической литературе, понимать дисциплину 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 в пункте 9 список литературы позволяет освоить категориальный аппарат в области паблиситив необходимом минимальном объеме. 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 «Паблисити как коммуникативная технология» формируется в соответствии с положением о рейтинговой системе оценки знаний. Учитываются 4 основных вида контроля:

1 посещение 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. Бударина О. А. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ СТРУКТУР ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] : Москва : Издательство Юрайт , 2022 - 126 - Режим доступа: https://urait.ru/book/organizaciya-raboty-struktur-po-svyazyam-s-obschestvennostyu-496828

2. Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] : Москва : Издательство Юрайт , 2022 - 337 - Режим доступа: https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-489962

### *7.2 Дополнительная литература*

1. Душкина М. Р. ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МАРКЕТИНГЕ. Учебник для вузов [Электронный ресурс] : Москва : Издательство Юрайт , 2022 - 462 - Режим доступа: https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-496326

2. Фадеева Е. Н., Сафронов А. В., Красильникова М. А. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. Учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] : Москва : Издательство Юрайт , 2022 - 263 - Режим доступа: https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-488953

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

1. Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ - Режим доступа: https://urait.ru/
2. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
3. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
4. 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:

- Мультимедийный проектор Casio XJ-V2

Программное обеспечение:

- VMware Horizon ViewStandard
- Firefox
- Kaspersky WorkSpace Security Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

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

# ПАБЛИСИТИ КАК PR-ТЕХНОЛОГИИ

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2026

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

## 1 Перечень формируемых компетенций

| Название ОПОП ВО, сокращенное | Код и формулировка компетенции | Код и формулировка индикатора достижения компетенции |
|---|---|---|
| 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК) | | |

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 : законов и принципов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий | 1.1. Паблисити: понятие и сущность | Дискуссия | Список вопросов |
| | | | Список вопросов | Список вопросов |
| РД2 | Умение : применять законы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий | 1.2. Модели, виды и типы коммуникаций для паблисити | Дискуссия | Список вопросов |
| | | | Список вопросов | Список вопросов |
| | | 1.3. Паблисити и маркетинговые коммуникации | Дискуссия | Список вопросов |
| | | | Список вопросов | Список вопросов |
| РД7 | Навык : применения законов и принципов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий | 1.4. Паблисити организации во взаимоотношениях с потребителями | Доклад, сообщение | Список вопросов |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| РД8 | Навык : применения законов и принципов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий | 1.7. Специальные события в паблисити | Доклад, сообщение | Список вопросов |
| РД9 | Навык : применения законов и принципов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий | 1.9. Особенности создания зрелищного продукта для паблисити | Доклад, сообщение | Список вопросов |
| РД10 | Навык : применения законов и принципов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий | 1.10. Роль сетевых коммуникаций для паблисити финансовых структур | Доклад, сообщение | Список вопросов |
| РД11 | Навык : применения законов и принципов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий | 1.4. Паблисити организации во взаимоотношениях с потребителями | Список вопросов | Список вопросов |
| РД12 | Навык : применения законов и принципов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий | 1.7. Специальные события в паблисити | Список вопросов | Список вопросов |
| РД13 | Навык : применения законов и принципов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий | 1.9. Особенности создания зрелищного продукта для паблисити | Список вопросов | Список вопросов |
| РД14 | Навык : применения законов и принципов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий | 1.10. Роль сетевых коммуникаций для паблисити финансовых структур | Список вопросов | Список вопросов |

## 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, 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, рекоме |

| | | |
|---|---|---|
| | | ндованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, пред усмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, уме ниями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. |
| от 76 до 90 | «зачтено» / «хорошо» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: осно вные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточн ости, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на н овые, нестандартные ситуации. |
| от 61 до 75 | «зачтено» / «удовлетворитель но» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в хо де контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется о тсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным к омпетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировани и знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |
| от 41 до 60 | «не зачтено» / «неудовлетворите льно» | У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недос таточность знаний, умений, навыков. |
| от 0 до 40 | «не зачтено» / «неудовлетворите льно» | Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или прак тически полное отсутствие знаний, умений, навыков. |

## 5 Примерные оценочные средства