

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»

**УТВЕРЖДЕНО:**  
Председатель УМС  
Факультета \_\_\_\_\_  
(ФИО)\_\_\_\_\_

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕКЛАМНОЙ ПОД-  
ДЕРЖКИ ТУРИСТСКИХ ПРОЕКТОВ (ПРАКТИКУМ)**

**Направление подготовки: 43.04.02 Туризм**  
**Программа подготовки: Проектирование региональных туристических  
продуктов и креативных услуг**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**  
**Форма обучения: очная, заочная**

*(РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов)*

## 1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Контролируемые компетенции (шифр компетенции), наименование компетенции:  
ОПК-2. способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления

ОПК-3. способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма

## 2. Планируемые результаты обучения (знает, умеет, владеет (имеет навык)) по дисциплине:

Таблица 1

№ пп	Код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине; индикаторы достижения компетенции
1.	ОПК-2	<p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности; понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контр-агентов туристской деятельности, особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме</li> </ul> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, использовать международные системы бронирования услуг в туризме, методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской индустрии разных типов; осуществления контроля деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы.</li> </ul> <p><i>владеть:</i></p> <p>навыками и опытом: определения цели и задач управления структурными подразделениями объектов туристской индустрии; использования основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской индустрии; осуществления контроля деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы.</p>
2.	ОПК-3	<p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы системы управления качеством услуг в сфере туризма.</li> </ul> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- собирать информацию; анализировать информацию; структурировать информацию; критически оценивать систему качества туристских услуг.</li> </ul> <p><i>владеть:</i></p>

		- навыками внедрения новых систем и технологий в целях повышения качества туристских услуг на основе системы менеджмента качества.
--	--	--

### 3. Описание показателей и критериев оценивания

#### Очная форма обучения

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание средств и шкал оценивания:

Таблица 2

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты изучения дисциплины (по этапам формирования знания, умения и навыка и (или) опыта деятельности)	Раздел дисциплины	семестр/неделя		Вид аттестации (текущая, промежуточная)	Средство оценивания достижения компетенции	Показатель оценивания	Критерии оценивания и оценочная шкала
ОПК-2 способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	ОПК-2 способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	<b>Знать:</b> -- организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности; понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности, особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме	Темы: 1, 2, 3, 5, 6, 7	4	1-3, 5-7, 9, 10, 17	текущая	Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Воспроизведение студентом теоретического материала по теме	Критерии: полнота, системность, прочность
		<b>Уметь:</b> - определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, использовать международные системы бронирования услуг в туризме, методы и приемы планирования, организации,	Темы: 4, 8, 11-16	4	4, 8, 11-16	текущая	Доклад/презентация. Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Самостоятельное применение студентом умений на практике	Критерии: степень самостоятельности, осознанность выполнения, выполнение в незнакомой ситуации

		мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской индустрии разных типов; осуществления контроля деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы.							
		<i>Владеть:</i> - навыками и опытом: определения цели и задач управления структурными подразделениями объектов туристской индустрии; использования основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской индустрии; осуществления контроля деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы.	Темы: 1-17	4	1-17	промежуточная	Тестирование. Зачет, предполагающий контроль знания теории и решение практической ситуации.		Критерии: обоснование актуальности, правильность выделения цели и задач, соответствие содержания теме, глубина проработки материала, умение показать практическую значимость полученных знаний, владение навыками подготовки доклада или написания реферата (эссе) по теме
ОПК-3. способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	ОПК-3. способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	<i>знать:</i> - основы системы управления качеством услуг в сфере туризма.	Темы: 1, 2, 3, 5, 6, 7	4	1-3, 5-7, 9, 10, 17	текущая	Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Воспроизведение студентом теоретического материала по теме	Критерии: полнота, системность, прочность
		<i>Уметь:</i> - собирать информацию; анализировать информацию; структурировать информацию; критически оценивать систему качества туристских услуг.	Темы: 4, 8, 11-16	4	4, 8, 11-16	текущая	Доклад/презентация. Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Самостоятельное применение студентом умений на практике	Критерии: степень самостоятельности, осознанность выполнения, выполнение в незнакомой ситуации

		<i>владеть:</i> - навыками внедрения новых систем и технологий в целях повышения качества туристских услуг на основе системы менеджмента качества.	Темы: 1-17	4	1-17	промежуточная	Тестирование. Зачет, предполагающий контроль знания теории и решение практической ситуации.		Критерии: обоснование актуальности, правильность выделения цели и задач, соответствие содержания теме, глубина проработки материала, умение показать практическую значимость полученных знаний, владение навыками подготовки доклада или написания реферата (эссе) по теме
--	--	---	------------	---	------	---------------	--	--	--

### **Заочная форма обучения**

*Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание средств и шкал оценивания:*

*Таблица 3*

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты изучения дисциплины (по этапам формирования знания, умения и навыка и (или) опыта деятельности)	Раздел дисциплины	семестр/неделя		Вид аттестации (текущая, промежуточная)	Средство оценивания достижения компетенции	Показатель оценивания	Критерии оценивания и оценочная шкала
<i>ОПК-2</i> способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных	<i>ОПК-2</i> способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	<i>Знать:</i> -- организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности; понятие, виды и технологии организации	Темы: 1, 2, 3, 5, 6, 7	4		текущая	Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Воспроизведение студентом теоретического материала по теме	Критерии: полнота, системность, прочность

уровнях управления		деятельности туроператоров, турагентов и контр-агентов туристской деятельности, особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме							
		<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, использовать международные системы бронирования услуг в туризме, методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской индустрии разных типов; осуществления контроля деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы.</li> </ul>	Темы: 4, 8, 11-16	4	4, 8, 11-16	текущая	Доклад/презентация. Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Самостоятельное применение студентом умений на практике	Критерии: степень самостоятельности, осознанность выполнения, выполнение в незнакомой ситуации

		<i>Владеть:</i> - навыками и опытом: определения цели и задач управления структурными подразделениями объектов туристской индустрии; использования основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской индустрии; осуществления контроля деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы.	Темы: 1-17	5	1-17	промежуточная	Тестирование. Зачет, предполагающий контроль знания теории и решение практической ситуации.		Критерии: обоснование актуальности, правильность выделения цели и задач, соответствие содержания теме, глубина проработки материала, умение показать практическую значимость полученных знаний, владение навыками подготовки доклада или написания реферата (эссе) по теме
ОПК-3. способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	ОПК-3. способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	<i>знать:</i> - основы системы управления качеством услуг в сфере туризма.	Темы: 1, 2, 3, 5, 6, 7	5	1-3, 5-7, 9, 10, 17	текущая	Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Воспроизведение студентом теоретического материала по теме	Критерии: полнота, системность, прочность
		<i>Уметь:</i> - собирать информацию; анализировать информацию; структурировать информацию; критически оценивать систему качества туристских услуг.	Темы: 4, 8, 11-16	4	4, 8, 11-16	текущая	Доклад/презентация. Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Самостоятельное применение студентом умений на практике	Критерии: степень самостоятельности, осознанность выполнения, выполнение в незнакомой ситуации
		<i>владеть:</i> - навыками внедрения новых систем и технологий в целях повышения качества туристских	Темы: 1-17	4	1-17	промежуточная	Тестирование. Зачет, предполагающий контроль знания теории и решение		Критерии: обоснование актуальности, правильность выделения цели и задач, соответствие содержания теме, глубина

		услуг на основе системы менеджмента качества.					практической ситуации.		проработки материала, умение показать практическую значимость полученных знаний, владение навыками подготовки доклада или написания реферата (эссе) по теме
--	--	---	--	--	--	--	------------------------	--	---

#### 4. Оценочные средства

##### 4.1. Задания для текущего контроля и требования к процедуре оценивания

Таблица 4

№п/п	Задание	Требования к процедуре оценивания
1.	<b>Реферат</b>	<p><b>Написание реферата подразделяется на два периода:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. период подготовки реферата.</li> <li>2. период работа над текстом и оформлением реферата</li> </ol> <p>Период подготовки реферата, складывается из следующих этапов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Этап – предварительная подготовка. Она выражается в уточнении названия реферата. Название должно быть кратким и выразительным.</li> <li>1.2. Этап – библиографическая работа. Сюда же входит работа со справочным изданием, библиографическими указателями и справочниками, энциклопедиями и различного рода обзорами, просмотр газет, журналов и других работ.</li> <li>1.3. Этап – первичная работа с книгами, журналами, газетными статьями и прочим информационным материалом.</li> </ol> <p>Первичная работа заключается в просмотре названий, оглавлений, вводных разделов, заключений и выводов работ, а также в просмотре таблиц, схем и рисунков. Сюда же входит регистрация и отбор литературы, необходимой для написания реферата. Существует карточный и тетрадный способы регистрации и отбора литературы для написания реферата. Лучше карточный – карточки при необходимости можно систематизировать, что и делается почти всеми при написании реферата.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.4. Этап – сплошное и выборочное чтение, а также изучение литературы и ее обработка, т.е. записывание.</li> </ol> <p>Для составления реферата применяется три вида записей: 1 – конспект, 2 – аннотация, 3 – цитата.</p> <p><b>Конспект</b> – это краткое или подробное переработанное автором письменное изложение какой-либо работы: сочинения, лекции, доклада, или одного первоисточника. Очень важно выделять в конспекте общие положения, заголовки, теоремы и формулы. Текст такой копии и называется конспектом, а процесс его написания – конспектированием.</p> <p>Следует отметить, что написание объемного и подробного конспекта требует от автора способности к творческой деятельности. В подробном конспекте автору приходится делать соответствующие пояснения, приводить примеры, составлять план и коротко отвечать на вопросы плана, т.е. записывать тезисы (см. ниже).</p> <p><b>Аннотация</b> – это краткое изложение основной сути, содержания какой-либо статьи, сочинения, работы с обязательной характеристикой их направленности, ценности, назначения. Обычно в аннотации пишется краткое заключение и выводы работы. Аннотация пишется на обратной стороне карточки, на которой эта работа зарегистрирована. Аннотация является основным и обязательным видом записи при изучении литературы.</p> <p><b>Цитата</b> – это дословная выдержка из текста, изречение автора, которое приводится для подтверждения некоторых фактов и соображений. Под цитатой обязательно указывается фамилия автора.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.5. Этап – заключительная работа периода подготовки. Он сводится главным образом к составлению плана написания реферата в соответствии с подобранным и изученным материалом. Только после составления плана и накопления достаточного количества данных приступают к написанию и оформлению реферата.</li> </ol> <p>2 период – написание и оформление реферата.</p> <p>Он в свою очередь подразделяется на следующие этапы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Написание и оформление титульного листа, на котором обязательно пишется тема реферата, а также название института (организации), год издания, фамилия автора и руководителя и другие данные.</li> <li>2.2 Введение в этой части пишется значимость темы, цели и задачи реферата.</li> <li>2.3 Литературный обзор является специальной частью реферата, в которой приводятся все собранные автором литературные данные, показывается степень изученности затронутой темы, излагаются предварительные ответы на вопросы и задачи, поставленные в первой части или введении реферата.</li> <li>2.4. Собственные исследования включают все данные, полученные в результате опытов. Собственные исследования излагаются с применением схем, таблиц, графиков, рисунков, фотографий.</li> <li>2.5. Анализ литературных и экспериментальных данных приводится путем сопоставления положений и фактов, приводимых в реферате в литературном обзоре и собственных исследованиях.</li> </ol>

		<p>2.6. Обобщение. В этой части обобщаются литературные данные и результаты собственных исследований, Обобщение делается в виде заключения, выводов, тезисов.</p> <p><b>Заключение</b> - это краткое обобщение основных достоверных данных и фактов.</p> <p><b>Выводы</b> – это обобщение каждого достоверного факта в отдельности, когда фактов много. Выводы должны быть предельно краткими и четкими ответами на задачи реферата</p> <p><b>Тезисы</b> – представляют собой краткие или развернутые выводы с вводной, поясняющей, обосновывающей и заключительной частями работы. Тезисы включают изложение основных положений всей научной работы от начала до конца.</p> <p>2.7. Рекомендации или практические предложения. Пишутся в том случае, когда изложенные в реферате положения могут быть использоваться слушателями или читателями реферата в своей жизни и практической деятельности.</p> <p>2.8. Список использованной литературы. Это один из важных элементов реферата, позволяющий проверить автора и помогающий отыскать основную литературу, в которой можно получить ответы на интересующие вопросы, если эти вопросы не раскрыты в реферате, но интересуют читателя.</p> <p>Существуют следующий порядок регистрации и оформления литературы: указываются фамилия и инициалы автора, название книги или статьи, номер тома или выпуска, год и место издания, страницы.</p> <p>Год издания пишут за фамилией и инициалами автора. Оглавление или содержание в рефератах указывается не всегда.</p>
<p><b>Примерные темы рефератов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности рекламной кампании.</li> <li>2. Этапы проведения рекламной кампании.</li> <li>3. Взаимоотношения рекламодателя и рекламного агентства.</li> <li>4. Тема - Создание рекламного сообщения</li> <li>5. Требования к рекламе и процесс создания рекламного сообщения.</li> <li>6. Методы работы с рекламным сообщением и особенности создания телерекламы.</li> <li>7. Создание рекламы на радио. Устная реклама.</li> <li>8. Работа с текстом рекламного сообщения и художественное оформление рекламы.</li> <li>9. Проверка эффективности рекламного сообщения.</li> <li>10. Составление рекламных писем и открыток.</li> <li>11. Факторы, влияющие на размер бюджета.</li> <li>12. Подходы к разработке рекламного бюджета.</li> <li>13. Методы формирования рекламного бюджета.</li> <li>14. Рекламный бюджет новой марки.</li> <li>15. Рекламный бюджет устоявшейся марки.</li> <li>16. Качество расходов на рекламу.</li> <li>17. Реклама на радио и жанровое разнообразие современной радиорекламы.</li> <li>18. Технические особенности радиорекламы – звуковые спецэффекты, роль тембра голоса, частота трансляции объявлений.</li> <li>19. Телевизионная реклама и ее разновидности. Понятие рейтингов телеканалов и передач.</li> <li>20. Методы исследования телевизионной аудитории. Наиболее распространенные жанры телерекламы</li> <li>21. Роль агентств в размещении телерекламы. Классификация медиаисследований.</li> </ol>		
2.	<b>Контрольные вопросы</b>	<p>Проводится в учебной аудитории письменно, состоит из 19-ти заданий, задания теста, обучающиеся получают от преподавателя вместе с листом для ответов, время, отводимое на выполнение, составляет 45 минут. При выполнении теста недопустимо пользоваться вспомогательными материалами, в т.ч. в сети Интернет</p>

#### Контрольные вопросы:

1. Предмет и задачи курса.
2. Реклама в системе продвижения туристского продукта.
3. Понятие «реклама».
4. История рекламной деятельности.
5. Реклама как форма коммуникации.
6. Место рекламы в маркетинге туризма.
7. Общие методические положения создания рекламы в туризме.
8. Функции, принципы, цели, классификация видов рекламы в туризме
9. Реклама в системе маркетинг-микс
10. Создание рекламного обращения.
11. Уникальное торговое предложение.
12. Реклама и психология потребителя.
13. Модели потребительского поведения и этапы принятия решения о покупке в туризме.
14. Особенности оценки эффективности рекламы в туризме.
15. Разработка рекламного бюджета.
16. Товарный знак и его использование в туризме.
17. Особенности рекламы и публичных рилейшнз в туризме.
18. Цели, принципы и основные средства реализации «публичных рилейшнз».
19. Взаимодействие рекламы и «публичных рилейшнз» при проведении комплексной рекламной кампании.

#### 4.2. Задания для промежуточной аттестации и требования к процедуре оценивания

Таблица 5

№п/п	Задание	Требования к результатам подготовки и процедуре оценивания
1.	Подготовка к экзамену	Студент должен: – достаточно точно формулировать определения; – полностью или достаточно полно раскрывать понятия и термины; – полностью или достаточно полно раскрывать сущность вопроса; – достаточно правильно отвечать на дополнительные вопросы преподавателя.
<b>Вопросы к экзамену по дисциплине:</b>		
1. Понятие и сущность рекламы, определение рекламы международной торговой палатой, типы рекламы		
2. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций в сфере туризма		
3. История развития туристской рекламы, особенности ее становления в России		
4. Цели и функции рекламы, типовой рекламный план как часть маркетингового плана		
5. Реклама как социальный институт (реклама для потребителей и для туристского бизнеса), психологические особенности отношения к рекламе		
6. Классификация видов рекламы в туризме		
7. Классификация средств распространения рекламы, их преимущества и недостатки		
8. Реклама и стадии жизненного цикла туристской услуги		
9. Виды рекламных сообщений: по способу выражения; по целям и задачам; по возможностям обратной связи		
10. Этапы разработки рекламного проекта		
11. Основные разделы рекламного сообщения, их типовые композиции		
12. Рекламная стратегия турфирмы, факторы ее определяющие		
13. Алгоритм разработки рекламной кампании и их классификация		
14. Медиапланирование в туризме. Медиаканалы, их характеристики, критерии выбора		

15. Характеристики медианосителей
16. Этапы формирования статьи рекламного бюджета
17. Методы расчета рекламного бюджета турфирмы
18. Подходы к определению эффективности рекламной деятельности в туризме
19. Экономическая эффективность рекламной деятельности в туризме
20. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности в туризме
21. Федеральный закон «О рекламе», регламентирование рекламной деятельности в туризме
22. Современные рекламные технологии и средства распространения рекламы в туризме
23. Реклама в сфере гостеприимства и ресторанного бизнеса
24. Выставка как элемент рекламной деятельности туристских предприятий
25. Реклама потребностей и реклама возможностей в туризме
26. Фирменный стиль организаций в сфере туризма и гостеприимства
27. Психологические методы воздействия рекламы
28. Товарный знак и его особенности в рекламе туристских услуг
29. Реклама туристских услуг и психология поведения потребителей
30. Особенности рекламы в сфере туризма

## 5. Оценка знаний студента

Шкалы оценивания	Критерии оценки результатов по дисциплине
Традиционная	
«Отлично» / «Зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
«Хорошо» / «Зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

	<p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>
«Удовлетворительно» / «Зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«Неудовлетворительно» / «Не зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

Составитель:

Доцент кафедры управления и экономики культуры, кандидат филологических наук, Князев Игорь Владимирович.