

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич
Должность: Директор
Дата подписания: 21.07.2023 14:41:29
Уникальный программный ключ:
b683afe664d7e9f64175886cf9626a196149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет
Кафедра

Филологический
Русского языка и литературы

Оценочные материалы по дисциплине (модулю)

дисциплина

Корпоративные коммуникации

*Блок Б1, часть, формируемая участниками образовательных отношений,
Б1.В.ДВ.02.01*

цикл дисциплины и его часть (обязательная часть или часть, формируемая участниками образовательных отношений)

Направление

45.04.01

код

Филология

наименование направления

Программа

Филологическое обеспечение информационно-коммуникационной деятельности

Форма обучения

Заочная

Для поступивших на обучение в
2023 г.

Разработчик (составитель)

доктор филологических наук, доцент

Радь Э. А.

ученая степень, должность, ФИО

1. Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и описание показателей и критериев оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)	3
2. Оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)	8
3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), описание шкал оценивания	12
Рейтинг-план дисциплины	12

1. Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и описание показателей и критериев оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)	Показатели и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)				Вид оценочного средства
			1	2	3	4	
			неуд.	удовл.	хорошо	отлично	
ПК-4. Способен разрабатывать отвечающий современным требованиям медиатекст	ПК-4.3. Владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.	Обучающийся должен: Знать основные подходы к анализу современной системы корпоративных коммуникаций, особенности функционирования ключевых каналов коммуникации.	Обучающийся не владеет инструментами разработки коммуникационных стратегий, методами выстраивания коммуникации, техниками ведения переговоров.	Обучающийся слабо владеет инструментами разработки коммуникационных стратегий, методами выстраивания коммуникации, техниками ведения переговоров, допускает 3-4 ошибки.	Обучающийся владеет инструментами разработки коммуникационных стратегий, методами выстраивания коммуникации, техниками ведения переговоров, но допускает 1-2 ошибки.	Обучающийся на высоком уровне владеет инструментами разработки коммуникационных стратегий, методами выстраивания коммуникации, техниками ведения переговоров.	Контрольная работа Тестирование
	ПК-4.1. Понимать сущность и значение информации в развитии современного	Обучающийся должен: Уметь использовать основные методики оценки информационног	Обучающийся не знает причины, особенности и историческое обоснование возникновения	Обучающийся плохо знает причины, особенности и историческое обоснование возникновения	Обучающийся знает причины, особенности и историческое обоснование возникновения профессии PR-	Обучающийся на высоком уровне знает причины, особенности и историческое обоснование	

	<p>информационно го общества, сознавать опасности и угрозы, соблюдать основные требования информационно й безопасности.</p>	<p>о пространства, вести эффективные переговоры с любым типом стейкхолдеров, применять различные техники переговорного процесса.</p>	<p>профессии PR-специалиста в области корпоративных и бренд-коммуникаций, определение терминов и особенности понятий «корпоративные коммуникации», «бренд-коммуникации», «media relations», «influence management», «интегрированны е коммуникации», техники ведения переговоров, основы формирования имиджа и особенности построения репутации, техники и инструменты PR первого лица,</p>	<p>профессии PR-специалиста в области корпоративных и бренд-коммуникаций, определение терминов и особенности понятий «корпоративные коммуникации», «бренд-коммуникации», «media relations», «influence management», «интегрированны е коммуникации», техники ведения переговоров, основы формирования имиджа и особенности построения репутации, техники и инструменты PR первого лица,</p>	<p>специалиста в области корпоративных и бренд-коммуникаций, определение терминов и особенности понятий «корпоративные коммуникации», «бренд-коммуникации», «media relations», «influence management», «интегрированны е коммуникации», техники ведения переговоров, основы формирования имиджа и особенности построения репутации, техники и инструменты PR первого лица, основы работы с</p>	<p>возникновению профессии PR-специалиста в области корпоративных и бренд-коммуникаций, определение терминов и особенности понятий «корпоративные коммуникации», «бренд-коммуникации», «media relations», «influence management», «интегрированны е коммуникации», техники ведения переговоров, основы формирования имиджа и особенности построения репутации, техники и инструменты PR</p>	
--	---	--	---	---	--	---	--

			основы работы с лидерами мнений, особенности влияния внешних коммуникаций на изменение финансовых показателей публичной компании, основные способы измерения эффективности в PR.	основы работы с лидерами мнений, особенности влияния внешних коммуникаций на изменение финансовых показателей публичной компании, основные способы измерения эффективности в PR, допускает 3-4 ошибки в рассуждениях.	лидерами мнений, особенности влияния внешних коммуникаций на изменение финансовых показателей публичной компании, основные способы измерения эффективности в PR, но допускает 1-2 ошибки в рассуждениях.	первого лица, основы работы с лидерами мнений, особенности влияния внешних коммуникаций на изменение финансовых показателей публичной компании, основные способы измерения эффективности в PR.	
ПК-4.2. Уметь ясно, логически верно и аргументированно строить устную и письменную речь и использовать ее в профессиональной деятельности.	Обучающийся должен: Владеть инструментами разработки коммуникационных стратегий, методами выстраивания коммуникации, техниками ведения переговоров и	Обучающийся не умеет формировать стратегию коммуникаций, план конкретных действий исходя из целей и задач бизнеса, применять разработанную стратегию на практике,	Обучающийся слабо умеет формировать стратегию коммуникаций, план конкретных действий исходя из целей и задач бизнеса, применять разработанную стратегию на практике,	Обучающийся умеет формировать стратегию коммуникаций, план конкретных действий исходя из целей и задач бизнеса, применять разработанную стратегию на практике,	Обучающийся на высоком уровне умеет формировать стратегию коммуникаций, план конкретных действий исходя из целей и задач бизнеса, применять разработанную стратегию на	Контрольная работа Тестирование	

		поддержания взаимовыгодной коммуникации.	находить ресурсы для ее осуществления, вести эффективные переговоры как с коллегами, партнерами, так и с журналистами, использовать ресурсы имиджмейкера, стилиста, корректировать имидж спикера, использовать техники работы с лидерами мнений, использовать media relations для реализации PR-стратегии, использовать знание медиа-бизнеса и особенностей работы разных типов СМИ для работы.	находить ресурсы для ее осуществления, вести эффективные переговоры как с коллегами, партнерами, так и с журналистами, использовать ресурсы имиджмейкера, стилиста, корректировать имидж спикера, использовать техники работы с лидерами мнений, использовать media relations для реализации PR-стратегии, использовать знание медиа-бизнеса и особенностей работы разных типов СМИ для работы, допускает 3-4	находить ресурсы для ее осуществления, вести эффективные переговоры как с коллегами, партнерами, так и с журналистами, использовать ресурсы имиджмейкера, стилиста, корректировать имидж спикера, использовать техники работы с лидерами мнений, использовать media relations для реализации PR-стратегии, использовать знание медиа-бизнеса и особенностей работы разных типов СМИ для работы, но допускает 1-2	практике, находить ресурсы для ее осуществления, вести эффективные переговоры как с коллегами, партнерами, так и с журналистами, использовать ресурсы имиджмейкера, стилиста, корректировать имидж спикера, использовать техники работы с лидерами мнений, использовать media relations для реализации PR-стратегии, использовать знание медиа-бизнеса и особенностей работы разных типов СМИ для работы.	
--	--	--	---	---	--	---	--

				ошибки в рассуждениях.	ошибки в рассуждениях.		
--	--	--	--	---------------------------	---------------------------	--	--

2. Оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Тематика контрольной работы

Примерные вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине

1. Понятие корпоративной коммуникации: особенности, структура, виды.
2. Коммуникация как функция управления организацией.
3. Разновидности коммуникаций в организации.
4. Современные коммуникационные технологии в организации.
5. Средства корпоративных коммуникаций.
6. Роль корпоративных коммуникаций в системе управления.
7. Основные компоненты корпоративного коммуникационного процесса.
8. Внутренняя коммуникационная сеть организации.
9. Механизмы и методы повышения эффективности корпоративных коммуникаций.
10. Современные стандарты управления внутренними корпоративными коммуникациями.
11. Организация внутрикорпоративного информационного пространства как пространства коммуникации.
12. Корпоративные издания, сайт и интранет как каналы внутренней коммуникации.
13. Организация обратной связи в системе внутренних корпоративных коммуникаций.
14. Организация коллективного обсуждения актуальных проблем и стратегии компании.
15. Методы построения привлекательного для сотрудников и рынка труда корпоративного имиджа.
16. Формирование внутренней деловой репутации компании.
17. Преодоление ситуаций, угрожающих внутренней корпоративной репутации.
18. Формирование коллективных представлений сотрудников о миссии и стратегии компании.
19. Технология проведения информационной компании для сотрудников.
20. Критерии эффективности корпоративных событий (events).
21. Корпоративная культура: понятие, функции, структура.
22. Корпоративная культура, корпоративная миссия, корпоративная репутация: общее и особенное.
23. Инструменты формирования и управления корпоративной культурой.
24. Этика и этикет в корпоративных коммуникациях
25. Разработка корпоративных ценностей и правил поведения.
26. Процедура разработки и внедрения корпоративного кодекса.
27. Методы и этапы формирования корпоративной идентичности.
28. Типичные нарушения корпоративной идентичности и способы их преодоления.
29. Разработка и реализация PR- компании по развитию корпоративной идентичности.
30. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации
31. Профессиональные требования, предъявляемые к менеджеру по коммуникациям
32. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии
33. Характеристика барьеров корпоративной коммуникации и способы их преодоления.
34. Учет психологических факторов в корпоративных коммуникациях.
35. Конфликты в корпоративных коммуникациях: типология, причины, структура, динамика. Стратегия поведения в конфликтной ситуации.
36. Методы генерирования идей в корпоративных коммуникациях

37. Формы делового общения в корпоративных коммуникациях: виды, коммуникативные формы.
38. Коммуникативные особенности проведения корпоративных мероприятий (пресс-конференций, брифингов, рекламных кампаний, встреч с представителями целевых аудиторий, выставок и т.д.).
39. Эффективное и конструктивное проведение совещаний, заседаний, переговоров, торгов, приемов, дискуссий, и т.д., их информационное обеспечение.
40. Деловое общение и формирование команды в организации. Виды общения, коммуникативные формы, средства и технологии. Ожидаемые результаты
41. Вербальные средства в корпоративной коммуникации
42. Невербальные средства в корпоративных коммуникациях. Внешние проявления эмоциональных состояний
43. Организация пространственной среды в корпоративных коммуникациях

Тестирование

ПК-4.1. Понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, соблюдать основные требования информационной безопасности.

1. (ПК-4.1) Коммуникация в узком (социально-психологическом) смысле – это обмен:
 - A. Информацией
 - B. Впечатлениями
 - C. Действиями
 - D. информацией, действиями, впечатлениями
2. (ПК-4.1) Коммуникационный канал, по которому передаются слухи:
 - A. канал внутренних коммуникаций
 - B. канал формальных коммуникаций
 - C. канал неформальных коммуникаций
 - D. канал внешних коммуникаций
3. (ПК-4.1) С точки зрения теории коммуникации, люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение, - это:
 - A. социометрические звезды;
 - B. лидеры мнения;
 - C. референтная группа.
4. (ПК-4.1) Приведите примеры единиц невербальной коммуникации - столько, сколько сможете. Развернутый ответ.
5. (ПК-4.1) Массовая информация - это:
 - A. информация, которая рождается в массовой аудитории;
 - B. информация, которая распространяется по массовым каналам;
 - C. информация, которая потребляется массовой аудиторией;
 - D. информация, которая обладает обязательно всеми перечисленными признаками;
 - E. информация, которая обладает хотя бы одним из перечисленных признаков.
6. (ПК-4.1) Каковы информационные составляющие национальной культуры?

7. (ПК-4.1) Назовите первичные языки невербальной коммуникации. Каково их значение? Развернутый ответ.

8. (ПК-4.1) Назовите вторичные языки невербальной коммуникации. Каково их значение? Развернутый ответ.

9. (ПК-4.1) Охарактеризуйте особенности межличностной коммуникации. Развернутый ответ.

10. (ПК-4.1) Назовите особенности массовой коммуникации. Развернутый ответ.

ПК-4.2. Уметь ясно, логически верно и аргументированно строить устную и письменную речь и использовать ее в профессиональной деятельности.

11. (ПК-4.2) Что лежит в основе системы социально-корпоративных отношений в качестве первого элемента? Развернутый ответ.

12. (ПК-4.2) Условием для реализации какой стратегии является активная общественность? Поясните кратко.

13. (ПК-4.2) Основные признаки культурной корпорации

A. это современная организация по материальным факторам культуры

B. это организация, живущая "по понятиям"

C. это организация, отличающаяся формой и манерами отношений с людьми

D. это организация, в которой людей воспринимают как главную ценность и, следовательно, организуют взаимодействие между людьми и группами на психологическом уровне

14. (ПК-4.2) Элементами корпоративной культуры являются

A. корпоративные ценности, имидж, миссия

B. легенды, мифы, истории

C. персонал

15. (ПК-4.2) Корпоративный бренд, как свойство (ценность) корпоративной культуры проявляется в:

A. высочайшем качестве во всем и всеобщем признании

B. обсуждении вопросов труда и занятости рабочих корпорации

C. повышении интеллектуальных возможностей сотрудников корпорации

16. (ПК-4.2) В чем заключается сущность организационно-корпоративной культуры? Развернутый ответ.

17. (ПК-4.2) Что такое культура? Развернутый ответ.

18. (ПК-4.2) Что такое имидж фирмы? Развернутый ответ.

19. (ПК-4.2) Организационно-корпоративная культура это _____. Развернутый ответ.

20. (ПК-4.2) Раскройте значение понятия «Внутренний имидж корпорации». Развернутый ответ.

ПК-4.3. Владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.

21. (ПК-4.3) В сфере антикризисных коммуникаций наиболее эффективной является:
- А. стратегия информирования;
 - В. стратегия убеждения;
 - С. стратегия диалога;
 - Д. стратегия формирования согласия.
22. (ПК-4.3) Корпоративная социальная ответственность - это ...
- А. основа взаимоотношений корпорации и персонала в достижении совместных целей, их сотрудничество и взаимопонимание в поиске путей обеспечения интересов сторон.
 - В. рациональное отношение, предполагающее учет стратегических приоритетов и преимуществ страны, в т.ч. её влияния в мире.
 - С. добровольный отклик организации на социальные проблемы и ожидания общества
23. (ПК-4.3) К печатным формам PR-коммуникаций относят
- А. интернет, тексты речей и выступлений
 - В. ежегодные отчеты фирмы
 - С. видеофильмы
24. (ПК-4.3) Формирование системы ценностей организации происходит под воздействием факторов, которые включают в себя
- А. соотношение индивидуализма и коллективизма
 - В. особенностями протекания конфликтов и способами их решения
 - С. ценности персонала
25. (ПК-4.3) Укажите любые высказывания, которые являются положением доктрины человеческих отношений.
26. (ПК-4.3) Назовите ценности (свойства) корпоративной культуры и поясните их значение для корпорации.
27. (ПК-4.3) В структуре корпоративной культуры укрупненно одним из ключевых элементов является духовная культура. Назовите второй ключевой элемент корпоративной культуры.
28. (ПК-4.3) Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают раннее объявление изменений даже в случае неполноты информации? Обоснуйте.
29. (ПК-4.3) Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают установление графика информирования? Обоснуйте.
30. (ПК-4.3) Назовите цели обмена информацией внутри корпорации. Развернутый ответ.

(устный опрос)

1. Элементы корпоративной культуры.
2. Корпоративная социальная ответственность
3. Корпоративный бренд. Имидж фирмы.
4. Признаки культурной корпорации
5. Особенности межличностной коммуникации
6. Особенности массовой коммуникации.
7. Основные типы коммуникации.
8. Основные этапы коммуникационного процесса в организации.
9. Обратная связь в коммуникации.
10. Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части коммуникационной среды.
11. Коммуникативное пространство.
12. Организация управления коммуникативным пространством.
13. Коммуникативная структура организации.
14. Виды, формы и стили общения коммуникатора.
15. Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных органах государственной власти.
16. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации.
17. Формальные и неформальные коммуникации.
18. Корпоративная культура.
19. Способы преодоления коммуникативных барьеров в деловой коммуникации.
20. Социальные, психологические, этические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), описание шкал оценивания

Рейтинг-план дисциплины

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1.				
Текущий контроль			0	20
Аудиторная работа	5	4	0	20
Устный опрос на практических занятиях				
Рубежный контроль			0	15
1. Контрольная работа	5	2	0	10
2. Тестирование	5	1		5
Модуль 2.				
Текущий контроль			0	20
Аудиторная работа	5	4	0	20
Устный опрос на практических занятиях				
Рубежный контроль			0	15
1. Контрольная работа	5	2	0	15
Итого			0	70
Штрафные баллы				
1. Пропуск лекционных занятий			0	-6
2. Пропуск практических занятий			0	-10
Поощрительные баллы				
1. Студенческие конференции				3
2. Публикация статей				5
3. Доклад				2

Итоговый контроль				
Экзамен				30

Объем и уровень сформированности компетенций целиком или на различных этапах у обучающихся оцениваются по результатам текущего контроля количественной оценкой, выраженной в рейтинговых баллах. Оценке подлежит каждое контрольное мероприятие.

При оценивании сформированности компетенций применяется четырехуровневая шкала «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

Максимальный балл по каждому виду оценочного средства определяется в рейтинг-плане и выражает полное (100%) освоение компетенции.

Уровень сформированности компетенции «хорошо» устанавливается в случае, когда объем выполненных заданий соответствующего оценочного средства составляет 80 - 100%; «удовлетворительно» – выполнено 40 - 80%; «неудовлетворительно» – выполнено 0 - 40%

Рейтинговый балл за выполнение части или полного объема заданий соответствующего оценочного средства выставляется по формуле:

$$\text{Рейтинговый балл} = k \times \text{Максимальный балл}$$

$$\text{Рейтинговый балл} = k \cdot \text{Максимальный балл},$$

где $k = 0,2$ при уровне освоения «неудовлетворительно», $k = 0,6$ при уровне освоения «удовлетворительно», $k = 0,8$ при уровне освоения «хорошо» и $k = 1$ при уровне освоения «отлично».

Оценка на этапе промежуточной аттестации выставляется согласно Положению о модульно-рейтинговой системе обучения и оценки успеваемости студентов УУНиТ:

На экзамене выставляется оценка:

- отлично - при накоплении от 80 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),
- хорошо - при накоплении от 60 до 79 рейтинговых баллов,
- удовлетворительно - при накоплении от 45 до 59 рейтинговых баллов,
- неудовлетворительно - при накоплении менее 45 рейтинговых баллов.

Методические рекомендации по работе во время лекционных занятий

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектировать учебный материал представляемый преподавателем. Общие и утвердившиеся в практике правила и приемы конспектирования лекций:

1. Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

2. Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

3. Ссылки на первоисточники отмечать на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их в текст конспекта.

4. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

5. Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

6. В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, формирование у них определенных умений и навыков, формирование части компетенции.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Подготовка и выполнение письменной контрольной работы (эссе, доклада)

Каждый автор может писать в той последовательности, которая представляется ему наиболее рациональной. Это его право. Вместе с тем существует определенная этой работы, вытекающая из самой сути учебно-исследовательского задания. Опыт многих поколений преподавателей и студентов подсказывает следующую логически обусловленную последовательность выполнения письменной работы. 1. Формирование замысла (осмысление полученного задания). 2. Поиск и отбор материалов. 3. Группировка и систематизация материалов (составление плана). 4. Написание текста. 5. Обработка рукописи.

Формирование замысла. Часто работу над письменным заданием рекомендуют начинать с составления подробного плана. Это не совсем верно, так как ни один автор на этом этапе составить подробный план своего будущего произведения просто не в состоянии. И задача здесь совсем другая. То, что должно родиться на этом этапе, правильнее назвать не планом, а замыслом произведения. Главное – не ошибиться в выполнении своей задачи, не грядиться впустую. Сформулировать замысел той или иной работы – значит четко определить:

- какую цель она преследует (решить задачу, написать проект чего-либо, продемонстрировать свои знания в той или иной области, прореферировать книгу или раздел книги и т. д.);
- на какой круг читателей рассчитана (преподавателя, рецензента, государственную комиссию, коллег-студентов и т. д.);
- какие материалы должны быть представлены в тексте и с какой степенью детализации (они могут быть указаны в задании или их необходимо найти самостоятельно);
- нужны ли теоретические обоснования описываемых процессов или явлений;
- какой иллюстративный материал необходим для того, чтобы сделать, например,

дипломную работу содержательной и убедительной.

Поиск и отбор материалов. Выделяют два подхода к сбору материалов. Выбор подхода – дело индивидуальное. Первый подход – это стремление собрать его максимально много, чтобы иметь достаточно фактов, цифровых данных, обобщающих мыслей для полного освещения избранной темы. Второй подход – собрать минимум материала для освещения темы, чтобы сэкономить время и труд и выполнить письменное задание с минимальными усилиями. Если исходных материалов много, то их надо сократить до оптимальных пределов. Скажем, из пяти монографий выбрать три, выписать из них цитаты, цифры, таблицы, а оставшиеся две монографии можно включить в список использованной литературы (мы их должны просмотреть, пролистать, оценить их полезность), или из 100 страниц ксерокопий документов оставить самые нужные 15-20. Разрозненные данные следует сгруппировать, цифровые показатели свести в удобные для чтения таблицы, продуман, перечень необходимых иллюстраций. Все отобранные материалы должны быть на отдельных листах, с записями только на одной стороне, чтобы в дальнейшем их можно было расположить в любой последовательности. Группировка и систематизация материалов

Идея структуры произведения возникает уже и в момент формирования его замысла. В дальнейшем, в ходе подготовки собранных материалов, появляются новые соображения, дополняющие и развивающие эту идею, и представление о плане будущего труда становится все более отчетливым. На наш взгляд, целесообразно предварительно составить два-три варианта плана, применяя при этом различную методику. Можно вычлениить разделы, которые будут хронологически, последовательно, друг за другом раскрывать суть проблемы. Можно выделить вопросы, охватывающие отдельные стороны проблемы. Можно выделить в проблеме (в явлении, событии) предпосылки, ход действий, результаты или, скажем, факторы, благоприятные и отрицательные, аргументы «за» и «против». Раскладывая материалы в той или иной последовательности, можно видеть преимущества и недостатки каждого из структурных вариантов. Появляется возможность, в полном смысле этого слова, увидеть каждую из отдельных частей работы и всю ее целиком; добиться, чтобы были выдержаны правильная последовательность в изложении; выяснить, какими данными следует еще дополнить исходные материалы. На основе найденной структуры произведения определяется, какой должна быть ее рубрикация, т. е. деление на логически соподчиненные элементы (части, разделы, параграфы, пункты). Каждый из них снабжается заголовком, отражающим его содержание. После этого все отдельные материалы вместе с заголовками, отражающими рубрикацию, увязываются в логической последовательности.

15

Написание текста Самая сложная часть работы для студента и начинающего исследователя – это, как правило, анализ и обобщение собранных материалов, написание самого текста. Для упрощения этого этапа работы необходимо самым серьезным образом отнестись к рекомендациям, изложенным в предыдущих параграфах. Типичная ошибка студента – попытка выполнить письменную работу «с ходу», разложив на столе перед собой 1-2 книги и переписывая из них куски текста. Но работа, выполненная путем списывания, компиляции, не получит высокой оценки, и, главное, ее автор не приобретет безусловно необходимых специалисту с высшим образованием навыков самостоятельной исследовательской работы. Поэтому наш совет однозначен: текст работы необходимо писать автору

самому на основе собранных и обработанных материалов.

Обработка рукописи. Первоначальную рукопись обязательно необходимо доработать, а именно:

- уточнить содержание, сделать это критически, придирчиво;
- проверить правильность оформления;

- провести литературную правку или редактирование текста. Работа над рукописью по содержанию начинается с общей оценки ее построения. Следует посмотреть, насколько логично и последовательно изложен материал, достаточно ли аргументированы отдельные положения, выделены ли основные, удалось ли отчетливо показать, что нового несет в себе произведение. С особой тщательностью проверяются все формулировки и определения. После устранения структурных дефектов можно приступать к оценке объема приводимых в работе материалов и степени подробности их изложения. Следующий этап – проверка правильности оформления рукописи. Здесь все должно быть сделано в соответствии с определенными правилами. Касаются они фактически всех элементов рукописи: ее рубрикации, ссылок на литературные источники, цитирования, составления библиографических указателей, оформления таблиц и иллюстративных материалов и т. д.

Литературная правка. Основными задачами литературной правки (редактирования) являются:

- достижение единства стиля изложения;
- внесение в текст различных подчеркиваний, дополнительных рубрикаций;
- проверка правильности орфографии и пунктуации. Если автор владеет машинописью, ему обязательно следует вчерне напечатать работу самому. Это поможет обнаружить множество таких дефектов, которые, будучи не замеченными в рукописи, становятся очевидными в процессе ввода текста в компьютер. На определенном этапе подготовки рукописи очень важно, чтобы ее кто-то прочитал и прокомментировал, что значительно упростит задачу редактирования текста. Придерживайтесь научного стиля изложения материала.

Подготовка к зачёту/экзамену

При подготовке к промежуточной аттестации необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и выполнение заданий на практических занятиях.

Процедура проведения экзамена и шкала оценивания результатов

Экзамен проводится по билетам путем устного собеседования. В каждом билете два теоретических вопроса. Дополнительные вопросы могут быть заданы экзаменатором, как по билету, так и по теоретическому курсу дисциплины.

Ответ студента оценивается по 4-х бальной шкале: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно.

Критерии оценки тестирования

Оценка «отлично» – 80-100% правильных ответов;

Оценка «хорошо» – 60-79 % правильных ответов;

Оценка «удовлетворительно» – 45-59 % правильных ответов;

Оценка «неудовлетворительно» – меньше 45 % правильных ответов.

Результаты обучения по дисциплине (модулю) у обучающихся оцениваются по итогам текущего контроля количественной оценкой, выраженной в рейтинговых баллах. Оценке подлежит каждое контрольное мероприятие.

При оценивании сформированности компетенций применяется четырехуровневая шкала «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

Максимальный балл по каждому виду оценочного средства определяется в рейтинг-плане и выражает полное (100%) освоение компетенции.

Уровень сформированности компетенции «хорошо» устанавливается в случае, когда объем выполненных заданий соответствующего оценочного средства составляет 80-100%; «удовлетворительно» – выполнено 40-80%; «неудовлетворительно» – выполнено 0-40%

Рейтинговый балл за выполнение части или полного объема заданий соответствующего оценочного средства выставляется по формуле:

$$\text{Рейтинговый балл} = k \times \text{Максимальный балл},$$

где $k = 0,2$ при уровне освоения «неудовлетворительно», $k = 0,4$ при уровне освоения «удовлетворительно», $k = 0,8$ при уровне освоения «хорошо» и $k = 1$ при уровне освоения «отлично».

Оценка на этапе промежуточной аттестации выставляется согласно Положению о модульно-рейтинговой системе обучения и оценки успеваемости студентов УУНиТ:

На экзамене выставляется оценка:

- отлично - при накоплении от 80 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),
- хорошо - при накоплении от 60 до 79 рейтинговых баллов,
- удовлетворительно - при накоплении от 45 до 59 рейтинговых баллов,
- неудовлетворительно - при накоплении менее 45 рейтинговых баллов.

При получении на экзамене оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», на зачёте оценки «зачтено» считается, что результаты обучения по дисциплине (модулю) достигнуты и компетенции на этапе изучения дисциплины (модуля) сформированы.