

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Невинномысский технологический институт (филиал)

УТВЕРЖДАЮ:
И.о. зав. кафедрой ГиМД
_____ А.В. Пашковский

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
(Электронный документ)

По дисциплине	Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке
Направление подготовки (специальность)	13.03.02 Электроэнергетика и электротехника
Направленность (профиль)	Электропривод и автоматика
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Год начала обучения	2019 г.

Предисловие

1. Назначение: фонд оценочных средств предназначен для объективной оценки уровня сформированности компетенций в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке».

2. Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации разработан на основе рабочей программы дисциплины «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке» в соответствии с образовательной программой по направлению подготовки 13.03.02 Электроэнергетика и электротехника, утвержденной на заседании Учёного совета НТИ протокол № 14 от 13.05.2019 г.

3. Разработчик: Васильева Светлана Александровна, доцент кафедры гуманитарных и математических дисциплин, кандидат филологических наук.

4. ФОС рассмотрен и утвержден на заседании кафедры ГиМД, протокол №__ от «__» _____ г.

5. ФОС согласован с выпускающей кафедрой ИСЭиА, протокол № 10 от 28.02.2019 г.

6. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель _____ (ФИО, должность)
_____ (ФИО, должность)
_____ (ФИО, должность).

Экспертное заключение: фонд оценочных средств может быть использован для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по направлению подготовки 13.03.02 Электроэнергетика и электротехника.

«__» _____ 2019 г. _____ (подпись)

7. Срок действия ФОС 1 год.

Паспорт фонда оценочных средств
для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

По дисциплине	Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке
Направление подготовки (специальность)	13.03.02 Электроэнергетика и электротехника
Профиль подготовки	Электропривод и автоматики
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Учебный план	2019 г.
Изучается в 1 семестре	

Код оцениваемой компетенции (или ее части)	Этап формирования компетенции (№ темы)	Средства и технологии оценки	Вид контроля, аттестация	Тип контроля	Наименование оценочного средства	Количество заданий для каждого уровня, шт.	
						Базовый	Повышенный
УК-4 УК-5 ПК-2	1 2 3 4 5 6 7 8	Собеседование	Текущий	Устный	Вопросы для собеседования	16	16
УК-4 УК-5 ПК-2	1 2 3 4 5 6 7 8	Контрольная работа	Текущий	Письменный	Комплект заданий для контрольной работы	50	

Составитель _____ С.А. Васильева
(подпись)

«___» _____ 2019 г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Невинномысский технологический институт (филиал)

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. зав. кафедрой ГиМД

А.В. Пашковский

«___» _____ 2019 г.

Вопросы для собеседования

по дисциплине «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке»

Базовый уровень

Тема 1. «Язык и речь в профессиональной деятельности. Коммуникация в профессиональной сфере в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации»

1. Что такое общение?
2. Какие существуют аспекты общения?

Тема 2. «Система норм русского литературного языка»

1. Что такое языковая норма?
2. Перечислите характерные черты языковых норм

Тема 3. «Социально- функциональная стратификация русского языка»

1. Что такое функциональный стиль речи?
2. Какие стили речи существуют?

Тема 4. «Культура научной речи в социально-историческом, этическом и философском контекстах»

1. Может ли быть образной научная речь?
2. Какими средствами может быть достигнута выразительность научной речи?

Тема 5. «Культура официально-деловой речи»

1. Охарактеризовать официально-деловой стиль.
2. Перечислить отличительные черты официально-делового стиля.

Тема 6. «Специфика делового общения»

1. Раскрыть понятие делового общения.
2. В чем отличие деловой беседы от беседы неофициальной?

Тема 7. «Культура публичной речи»

1. Какие существуют отличительные черты публицистического стиля?
2. Перечислить жанры публицистического стиля.

Тема 8. «Речевой этикет и профессиональная компетенция»

1. Раскрыть понятие речевого этикета
2. Описать взаимодействие речевого и поведенческого этикета.

Повышенный уровень

Тема 1. «Язык и речь в профессиональной деятельности. Коммуникация в профессиональной сфере в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации»

1. Перечислить цели профессионального общения.
2. Что в себя включает культура профессиональной речи?

Тема 2. «Система норм русского литературного языка»

1. Перечислите основные источники языковых норм.
2. Перечислите типы языковых норм.

Тема 3. «Социально- функциональная стратификация русского языка»

1. Перечислить отличительные признаки стилей речи.
2. Для чего применяются каждый из стилей речи?

Тема 4. «Культура научной речи в социально-историческом, этическом и философском контекстах»

1. Насколько возможна индивидуализация стиля научных произведений?
2. Перечислить качества научной речи и ее языковые особенности.

Тема 5. «Культура официально-деловой речи»

1. Перечислить функции официально-делового стиля.
2. Охарактеризовать жанры официально-делового стиля.

Тема 6. «Специфика делового общения»

1. Раскрыть понятие принципов вежливости и кооперации
2. Какие существуют функции деловой беседы?

Тема 7. «Культура публичной речи»

1. Охарактеризовать публичную речь
2. Для чего служит публицистический стиль? Как он влияет на нашу жизнь?

Тема 8. «Речевой этикет и профессиональная компетенция»

1. Описать специфику русского речевого этикета.
2. Охарактеризовать технику реализации этикетных форм.

1. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он даёт правильный и полный ответ на вопросы как базового, так и продвинутого уровня.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он даёт правильный и полный ответ на вопросы базового уровня.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он даёт частично правильный ответ на вопросы базового уровня.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не даёт правильные ответы даже на вопросы базового уровня.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он даёт правильный и полный ответ на вопросы любого уровня.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не даёт правильные ответы на вопросы базового уровня.

2. Описание шкалы оценивания

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным **55**. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в

установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя:

- устные ответы на вопросы базового и (или) продвинутого уровня;
- беседа с преподавателем на изучаемые темы.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции УК-4, УК-5, ПК-2.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо 30 мин. Для подготовки к ответу.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования словарями и информационно-справочными ресурсами.

При проверке задания, оцениваются логичность, последовательность, полнота излагаемой информации.

Составитель _____ С.А. Васильева

(подпись)

«___» _____ 2019 г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Невинномысский технологический институт (филиал)

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. зав. кафедрой ГиМД

_____ А.В. Пашковский

«___» _____ 2019 г.

Комплект заданий для контрольной работы

по дисциплине «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке»

Выполняемая в соответствии с учебным планом контрольная работа по дисциплине «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке» состоит из двух частей - теоретической, включающей два вопроса, и практической, включающей выполнение тестовых заданий.

Теоретические вопросы

Вариант 1

1. Что такое общение?
2. Какие существуют аспекты общения?

Вариант 2

1. Что такое языковая норма?
2. Перечислите характерные черты языковых норм

Вариант 3

1. Что такое функциональный стиль речи?
2. Какие стили речи существуют?

Вариант 4

1. Может ли быть образной научная речь?
2. Какими средствами может быть достигнута выразительность научной речи?

Вариант 5

1. Охарактеризовать официально-деловой стиль.
2. Перечислить отличительные черты официально-делового стиля.

Вариант 6

1. Раскрыть понятие делового общения.
2. В чем отличие деловой беседы от беседы неофициальной?

Вариант 7

1. Какие существуют отличительные черты публицистического стиля?
2. Перечислить жанры публицистического стиля.

Вариант 8

1. Раскрыть понятие речевого этикета
2. Описать взаимодействие речевого и поведенческого этикета.

Вариант 9

1. Перечислить цели профессионального общения.
2. Что в себя включает культура профессиональной речи?

Вариант 10

1. Описать специфику русского речевого этикета.

2. Охарактеризовать технику реализации этикетных форм.

Итоговый тест по курсу

1. Коммуникации соответствует определение:

- 1) это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию;
- 2) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений;
- 3) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений;
- 4) это средства доведения информации до целевой аудитории;
- 5) это общие добровольные действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении).

2. Контекст коммуникативного процесса соответствует:

- 1) системе построения коммуникативного процесса с учетом известных или близких для получателя компонентов сообщения;
- 2) системе построения коммуникативного процесса с учетом социально-экономических характеристик получателя сообщения: статуса, доходов, уровня образования и т. д.;
- 3) системе построения коммуникативного процесса с учетом психологических характеристик получателя сообщения;
- 4) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении узнаваемых образов, мотивов, историй, созданных уже ранее в конкретном произведении;
- 5) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении архетипических символов, образов, знаков.

3. Автором концепции «вещественной коммуникации», основу которой составляют исследование социального дискурса как языка красок, субстанций, объемов и пространства, является:

- 1) Ж. Деррида;
- 2) Ж. Бодрийяр;
- 3) М. Фуко;
- 4) У. Эко;
- 5) Ю. Лотман.

4. Характерные признаки какого этапа истории коммуникации перечислены ниже:

- 1) письменность;
- 2) социальная дифференциация общества по принципу грамотность / неграмотность;
- 3) книгопечатание и полиграфическая революция;
- 4) урбанизация общества;
- 5) формирование национальных библиотек.

5. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные характеристики:

- 1) основной функцией коммуникативной модели в организации является пропаганда: самой организации, ее продукции или услуг;
- 2) целью является привлечение одностороннего внимания, коммуникации ориентированы в основном на те группы общественности, которые определяют существование и эффективность организации;

3) информационная модель является сбалансированной, т. е. направлена на попытки организации изменить общественность. Организация рассматривается как источник, а общественность как потребитель информации;

4) поскольку принцип «обратной связи» не учитывается, то исследования общественного мнения не имеют принципиального значения;

5) примерами подобной модели могут быть продвижение продукта, спонсирование театральных постановок, рекламирование коммерческой организации, банка...

6. Коммуникантом является:

1) группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач;

2) получатель сообщения в коммуникационном процессе;

3) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений;

4) специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану;

5) специалист, в задачу которого входит продуцирование творческих идей, общее руководство творческим или информационно-аналитическим отделом.

7. Невербальными коммуникациями называют:

1) коммуникации посредством визуального текста;

2) коммуникации посредством устного слова;

3) коммуникации посредством жеста и слова;

4) коммуникации посредством письменной речи;

5) коммуникации посредством визуального и пластического текста.

8. Межличностной коммуникацией называют:

1) адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам;

2) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между группой и отдельным человеком, группой и группой;

3) коммуникацию, в которой принимает участие двое людей;

4) коммуникацию, осуществляемую между людьми с помощью различных средств, в том числе и масс-медиа;

5) коммуникацию, осуществляемую личностью с самой собой («размышления вслух или «про себя», «внутренний монолог»).

9. Какой исторический этап развития коммуникации в социуме характеризуется следующими чертами:

1) все члены общины выступают в роли и коммуникантов, и реципиентов;

2) для передачи смысловых сообщений используется четыре исходных канала;

3) никаких коммуникационных служб нет;

4) синкретичность (слитность) вербальных, музыкальных, иконических каналов в языческих ритуальных священнодействиях;

5) обожествление слова.

10. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

1) функции этой модели PR соотносятся с предоставлением общественности наиболее полной и точной информации об организации;

2) это односторонние коммуникации, и пиарщики играют роль «собственных корреспондентов». Но при этом, они стремятся учитывать интересы обеих сторон, поэтому общественное мнение имеет важное значение;

3) информационная модель является сбалансированной, т. е. стремится осуществить коррекцию взаимоотношений между организацией и ее общественностью. Но

при этом организация продолжает рассматриваться как источник, а общественность как потребитель информации;

4) исследования общественного мнения носят незначительный характер, и соотносятся, в основном, с анализом процессов аудиторного восприятия (т. е. исследуются технологические вопросы, например, процессы восприятия информации);

5) используется государственными учреждениями, общественно-политическими организациями, ассоциациями и некоммерческими структурами.

11. Гипертексту соответствует определение:

1) линейный способ создания сообщения, использующий знаки письменного сообщения;

2) нелинейный способ создания сообщения, использующий различные виды коммуникации (слово, картинку, звук и др.);

3) последовательность осмысленных высказываний, передающих информацию, объединенных общей темой;

4) гиперриторический способ построения сообщения, главная задача которого описание другого текста;

5) способ создания сообщения, состоящий в том, что текст строится из цитат и реминисценций к другим текстам.

12. Коммуникатором является:

1) специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуальные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы;

2) человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам;

3) лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач;

4) отправитель сообщения в коммуникационном процессе;

5) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений.

13. Социокультурный подход к мифологической модели коммуникации как основе единства общества, «составной части человеческой цивилизации... матрице социального порядка и своду примеров нравственного поведения» характерен для:

1) ;

2) К. Леви-Строса;

3) Б. Малиновского;

4) Р. Барта;

5) А. Лосева.

14. В коммуникативном процессе убеждению соответствует стадия:

1) восприятие изменения, т. е. готовности подчиниться т. з. отправителя сообщения;

2) обеспечение надлежащей интерпретации;

3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;

4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;

5) обеспечение приема соответствующего сообщения.

15. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

1) основная функция модели состоит в том, чтобы защищать интересы организации. Поэтому именно научное убеждение (факты, доказательства, объяснения и т. д.) является основой коммуникативной деятельности;

2) это двусторонние коммуникации, отличающиеся несбалансированным характером. Информационное взаимодействие направлено на то, чтобы заставить общественность согласиться с мнением организации;

3) информационная модель использует принцип «обратной связи», но только для манипуляционных целей, отвечающим потребностям организации;

4) исследования носят оценочный характер. Их главные задачи состоят в том, чтобы определить отношение общественности к организации, и укрепить позитивное отношение в ее пользу;

5) примерами использования подобной модели могут быть коммерческие фирмы.

16. Аудиторией коммуникации является:

1) группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них;

2) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и находящихся в прямом взаимодействии друг с другом;

3) специально организованная группа людей, единение которых определяется и закрепляется коллективными действиями;

4) группа людей, которые получают информационные обращения;

5) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и получающих направленные информационные сообщения.

17. Представителем семиотики, предложившим ввести в классическую семиотическую модель коммуникации понятие «лексикодов», является:

1) Ю. Лотман;

2) К. Леви-Строс;

3) Р. Барт;

4) У. Эко;

5) Р. Якобсон.

18. Прагматика языка означает:

1) наука, изучающая соотношение между знаком и его смыслом;

2) наука, изучающая соотношение знаков друг с другом;

3) наука, изучающая соотношение знаков и их пользователей в конкретной коммуникативной ситуации;

4) наука, изучающая смысл коммуникативного сообщения, с точки зрения процессов управления;

5) наука, изучающая многозначность сообщения в конкретной коммуникативной ситуации.

19. Какую коммуникативную культуру определяют перечисленные особенности:

1) замена линейного текста нелинейным гипертекстом;

2) информационное общество;

3) проблема соотношения естественного и искусственного интеллектов (человек – компьютер);

4) социальная информация как ключевой экономический ресурс;

5) либерально-демократическая политическая ориентация общества.

20. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

1) функция двусторонней симметричной модели заключается в установлении взаимопонимания между организацией и общественностью;

2) имеет двусторонний сбалансированный характер, корректируя взаимоотношения между организацией и влияющей на нее общественностью;

3) информационная модель стремится установить такие отношения, которые были бы приемлемыми для обеих сторон. Поэтому появляется новый принцип

информационного взаимодействия: обе стороны воспринимаются как группы, достигшие взаимного соглашения;

4) оценочная природа исследований соотносится с серьезным анализом общественного мнения, результаты которого в значительной степени корректируют деятельность организации;

5) примерами реализации подобной модели PR могут быть бизнес-агентства, деятельность которых определяется государством.

21. Массовой коммуникацией можно называть:

1) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень;

2) взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень;

3) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень, и с использованием технических средств;

4) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между специально организованной группой и отдельным человеком, группой и группой;

5) коммуникацию, направленную на внутреннюю или внешнюю среду организации.

22. Кодирование в коммуникационном процессе означает:

1) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью любых символов и кодов;

2) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью визуальных символов или кодов;

3) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью вербальных символов или кодов;

4) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью аудиальных символов или кодов;

5) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью пластических символов или кодов.

23. Вербальными коммуникациями называют:

1) коммуникации посредством визуального текста и пластики;

2) коммуникации посредством устного слова;

3) коммуникации посредством жеста и слова;

4) коммуникации посредством письменной речи;

5) коммуникации посредством письменной речи, визуального и пластического текста.

24. Качественными характеристика источника сообщения являются:

1) статус, надежность, квалификация отправителя;

2) тема сообщения, канал, сила воздействия коммуниканта;

3) статус, тема сообщения, квалификация отправителя;

4) тема сообщения, время обнародования сообщения, статус отправителя;

5) статус, тема сообщения и сила воздействия отправителя.

25. Инструктированию в коммуникативном процессе соответствует стадия:

1) обеспечение надлежащей интерпретации;

2) обеспечение приема соответствующего сообщения;

3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;

4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;

5) восприятие изменения, т. е. готовности подчиниться т. з. отправителя сообщения.

26. Ученые, исследующие массовую коммуникацию, авторы концепции «социальной семиотики»:

- 1) Ю. Лотман, Т. Тодоров;
- 2) П. Вайль, А. Генис;
- 3) Дж. Фиске, У. Эко;
- 4) Р. Ходж, Г. Кресс;
- 5) У. Эко, Р. Барт.

27. Коммуникации какого уровня характеризуются приведенными ниже характеристиками:

- 1) массовость аудитории;
- 2) гетерогенность аудитории;
- 3) использование высокоскоростных и репродуктивных текстов средств связи и информации;
- 4) быстрое распространение сообщений;
- 5) относительно небольшая потребительская стоимость информации.

28. Знак, план выражения который похож на план содержания, в теории коммуникации называют:

- 1) конвенциональным;
- 2) иконическим;
- 3) семантическим;
- 4) прагматическим;
- 5) индексальным.

29. Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:

- 1) процессы принятия решений аудитории, эмоциональный подъем, политические предпосылки;
- 2) возможности аудитории в области информационных операций и процессов принятия решений;
- 3) эмоциональный подъем, доминирование-подчинение, канал сообщения;
- 4) целевая аудитория, канал, контекст;
- 5) биографические данные, эмоциональный подъем аудитории, процессы принятия решений.

30. Коммуникация – это двусторонний процесс обмена сообщениями, с целью информирования, инструктирования и убеждения (Катлип, Сентер, Брум). Какая стадия не входит в процесс информирования:

- 1) привлечение внимания к данной коммуникации;
- 2) обеспечение приема соответствующего сообщения;
- 3) обеспечение надлежащей интерпретации;
- 4) обеспечение запоминания сообщения для его использования;
- 5) стимулирование активного обучения и получения практических навыков.

1. Критерии оценивания компетенций

Оценку «зачтено» выставляется работам, которые отвечают следующим требованиям:

- контрольная работа строго соответствует варианту, который определяется в соответствии с методическими указаниями;
- все вопросы задания раскрыты полно, четко и логически последовательно;
- общее количество тестовых вопросов, на которые дан верный ответ, составляет 5 и более;
- контрольная работа выполнена студентом самостоятельно;
- контрольная работа оформлена в соответствии с настоящими рекомендациями.

- при защите контрольной работы студент показал полное владение теоретическим материалом.

Соответственно, оценка «не зачтено» выставляется работам в случае:

- контрольная работа не соответствует варианту, который определяется в соответствии с методическими указаниями;
- вопросы задания раскрыты не полностью, имеются неточности или устаревшая информация;
- общее количество вопросов, на которые дан верный ответ, составляет менее 14;
- контрольная работа не выполнена студентом самостоятельно;
- контрольная работа оформлена в нарушении настоящих рекомендаций;
- при защите контрольной работы студент не смог показать удовлетворительное владение теоретическим материалом.

2. Описание шкалы оценивания

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным **55**. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя две части:

- теоретическую часть, включающей два вопроса, на которой необходимо дать полный, развернутый ответ;
- второй вопрос предполагает выполнение тестовых заданий, одинаковых для каждого варианта.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции УК-4, УК-5, ПК-2.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо 30 мин. Для подготовки к защите.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования словарями и информационно-справочными ресурсами.

При проверке задания, оцениваются насколько глубоко и полно студент усвоил соответствующие разделы или темы курса, имеются ли недоработки, пробелы в усвоении изучаемого материала.

Составитель _____ С.А. Васильева

(подпись)

«___» _____ 2019 г.