ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

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

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина: Визуальные коммуникации

1. Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Визуальные коммуникации» у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы*:

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ПК-2. Способен организовывать продвижение продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

* Примечание: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512)

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с основной профессиональной образовательной программой вуза. В качестве показателей рассматриваются результаты освоения дисциплины, выраженные через знания, умения и владения (таблица 1).

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 1 – Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования с точки зрения результатов освоения дисциплины.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	**ИДК-ОПК-1.1.** Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	**Знать:** - ключевые теории и концепции (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, В. Беньямин, М. Маклюэн, Ж. Бодрийяр) о роли визуального в современном обществе, включая проблему идеологии и манипулирования; - принципы семиотизации зримого, виды знаков и кодов прочтения изображений, основы интерпретации визуальных образов; - социальные, культурные и когнитивные функции визуальных сред; принципы работы новых визуальных технологий и их манипулятивный потенциал; **Владеть:** - культурой грамотного визуального восприятия, включая навыки навигации в сложных визуальных средах и распознавания визуальных кодов;
	ИДК-ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	**Знать:** - методологические подходы к проектированию визуальных коммуникаций в маркетинге, особенности активации эмоционально-ценностных отношений; **Уметь:** - анализировать и критически оценивать визуальные образы в рекламе, искусстве, медиа и городской среде, выявляя их социальные, культурные и манипулятивные функции; **Владеть:** - инструментарием исследования медиасреды, понимая логику медиатизации и ее влияния на формирование социальных связей и визуальных практик.
ПК-2. Способен организовывать продвижение продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	**ИДК-ПК-2.1.** Участвует в разработке комплексной стратегии продвижения продукции (услуг) организации (формировании целей продвижения, выборе оптимальных каналов коммуникации и формировании единого сообщения (key message), планировании бюджета и календарного графика	**Знать:** - методологические подходы к проектированию визуальных коммуникаций в маркетинге, особенности активации эмоционально-ценностных отношений; **Уметь:** - проектировать и разрабатывать стратегии визуальных коммуникаций для маркетинговых и PR-кампаний, учитывая целевую аудиторию и задачи бренда; **Владеть:** - навыками семиотического анализа визуальных образов для декодирования

	кампании по продвижению), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	заложенных в них знаков, кодов и идеологических смыслов;
	ИДК-ПК-2.2. Умеет организовывать и проводить кампании по продвижению продукции - размещать рекламу, запускать SMM-активности, организовывать мероприятия (ивенты), взаимодействовать со СМИ и блогерами, координировать работу исполнителей (дизайнеров, копирайтеров, PR-менеджеров) и контролировать сроки и качество выполнения задач.	**Уметь:** - анализировать эффективность визуальных решений в маркетинге, оценивая их воздействие на эмоционально-ценностную сферу личности; - критически осмысливать феномены современной визуальной культуры (клиповое мышление, общество потребления, виртуальная реальность) с разных теоретических позиций; **Владеть:** - методами визуализации для представления сложных данных и идей (например, с помощью инфографики), а также для конструирования желаемой реальности.

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	**Шкала оценивания**
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний теоретических основ функционирования психосоциальных систем в целом, отдельных их сфер и звеньев, владеет некоторыми умениями анализа системы психосоциальных связей хозяйствующих субъектов, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения в данном направлении профессиональной деятельности.	Пороговый (обязательный)
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно,	Повышенный

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
используя связанные между собой формы представления информации. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал знание теоретических положений в области психологии, практические умения и навыки анализа и исследований на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.	
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией. Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в области психологии, необходимые для решения конкретных задач, связанных с экономическими системами, их структурой и направлениями политики государства; практические умения и навыки анализа и интерпретации информации, содержащейся в плановых документах и отчетности организаций различных правовых форм, публично-правовых образований, а также использования полученных сведений для принятия управленческих решений. Студент способен систематизировать и обобщать информацию по вопросам планирования и контроля кадров, обосновывать выбор метода управления для решения задач в области профессиональной деятельности.	Продвинутый

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины

Вопросы для самоконтроля и подготовки к текущему контролю методом опроса

1. История визуальности/визуального опыта
2. Теория визуальности/визуального опыта
3. Базовые структуры визуальных образов/визуального опыта
4. Образ, технология, медиум (материальные/технологические основания визуальных образов)
5. Современные технологии визуализации
6. Стратегии визуализации как стратегии истины (визуальные содержания в контексте производства и трансляции научного знания)
7. Образ и текст (взаимосвязь визуального и текстуального в современной культуре)
8. Визуализация и эстетизация повседневности (трансформация традиционного понятия эстетического)
9. Визуальные образы и конструирование культурной памяти

10. Визуализация и производство культурных пространств; современные визуальные среды (виртуальные, художественные и урбанистические пространства)

11. В. Татлин и визуальные утопии первой четверти XX в.

12. Визуальность и виртуальность

13. Дизайн и реальность

14. Дизайнерская среда и визуальные образы

15. Манга: формирование нового художественного образа

16. Фотография: виды, значение в построении визуальных образов

17. Web-ресурсы современных технологий визуальности

18. Ж. Бодрийяр о специфике современной визуальной культуры

19. П. Вирилио и визуальные исследования последней четверти XX в.

20. Визуальный язык соцарта

21. Виды экранных медиа

22. Визуальная риторика телевидения

23. Интернет-контент и эмоциональное насыщение визуальных образов

24. Гаджеты и приватно-телесное пространство человека.

25. Символика арт-проектов современной России: традиции и новации.

26. Современная визуальная массовая культура: конструктивные и деструктивные функции.

27. Сериал как ведущая форма визуальной культуры.

28. Лабиринт супермаркета как медиасистема.

29. Зрительное восприятие как психологическое понятие

30. Фигура и фон в визуальном восприятии.

Задания для подготовки к участию в тематических дискуссиях / круглых столах / пресс-конференциях / дебатах и т.п.

1. Символика арт-проектов современной России: традиции и новации.

2. Современная визуальная массовая культура: конструктивные и деструктивные функции.

3. Сериал как ведущая форма визуальной культуры.

4. Лабиринт супермаркета как медиасистема.

5. Визуальное как первичный механизм трансляции культурных традиции и социальных норм.

6. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества.

7. Визуальная культура и проблема идеологии.

8. Эффекты и риски визуальной культуры.

9. Визуальные коммуникации как социальная компетентность.

10. Вальтер Ландор – дизайнер и исследователь визуального потребления.

Задания для анализа практических ситуаций

Задание 1. Проанализируйте структуру любого объекта популярной визуальной культуры (кино, реклама, видеоигра) как текст культуры, используя в анализе познавательные основания и принципы психоаналитической концепции культуры.

Соотнесите набор архетипов с персонажами и героями выбранного объекта. Аргументируйте на основании анализа каких фрагментов сюжета и каких визуальных образов тот или иной персонаж или герой проявляет качества конкретного архетипа. Подготовьте доклад по результатам выполненного задания.

Задание 2. Найти в Интернете изображения, включенные в бренды городов и регионов. Составить программу исследования восприятия изображения. Провести исследование в группе от 5 и более человек. Провести анализ ответов, сравнить смысловое восприятие изображений респондентов и официальное описание концепций брендов. Сделать вывод о качестве визуализации. Оформить работу как презентацию исследования

Задания и рекомендации по подготовке реферата / мультимедиа сообщений / материалов-презентаций и т.п.

Реферат должен соответствовать принятым в институте «Правилам выполнения письменных работ», в том числе требованиям к оригинальности таких работ.

Реферат – это вид учебно-исследовательской работы, выполненной на актуальную тему в рамках профильной проблематики, отражающей основные направления исследования по данной дисциплине. В процессе работы над содержанием реферата должно быть осуществлено следующее – выбраны и проанализированы основные методологические подходы, теории и концепции по теме.

Рекомендуется следующий алгоритм подготовки реферата:

1. Определить научные подходы, теории, концепции права, в рамках которых наиболее логично рассмотреть сущность темы и ее основных категорий;

2. Осуществить выбор литературы (зарубежной и отечественной), основываясь на которой можно раскрыть тему по заранее определенной логике ее представления;

3. Подготовить структуру (план реферата), разворачивание которой отражало бы как основные позиции в рамках различных дискурсов, так и анализ современных практик по выбранной теме реферата;

4. Разработать структуру реферата, которая включает основные составные части: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников, ссылки при цитировании обязательны;

5. Подготовить введение, которое включает краткое обоснование актуальности темы реферата, которое отражает то или иное направление научных исследований в рамках права;

6. Подготовить основную часть, которая включает:

– описание значимых для темы научных теорий, взглядов, подходов, в рамках которых необходимо рассматривать тему; анализ базовых категорий;

– специфику становления, формирования, развития тех или иных управленческих процессов с точки зрения правового подхода;

– анализ современного состояния, включая проблемы функционирования тех или иных аспектов практик;

7. Подготовить заключение, которое включает резюмирование результатов работы в рамках темы реферата: краткое заключение об актуальности темы и изложение основных результатов, которые получены в процессе ее изучения;

8. Обучающийся может получить консультации у преподавателя в связи с согласованием структуры реферата или методологических аспектов раскрытия выбранной темы.

Критерии оценивания реферата

– Степень раскрытия сущности вопроса:

а) соответствие плана теме реферата;

б) соответствие содержания теме и плану реферата;

в) полнота и глубина знаний по теме;

г) обоснованность способов и методов работы с материалом;

е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

– Обоснованность выбора источников: оценка использованной литературы: привлечены ли известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние данные, сводки, справки и т.д.).

– Соблюдение требований к оформлению:

а) правильность оформления ссылок на используемую литературу,

б) правильность оформления списка литературы;

в) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией;

г) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; иногда отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на вопросы даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на вопросы; отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Выбор варианта работы для студентов осуществляется по последней цифре в номере зачетной книжки по ключу, предложенному в следующей таблице:

Последняя цифра в номере зачетной книжки	Номер темы
1	1, 11, 21…
2	2, 12, 22…
3	3, 13, 23…
4	4, 14, 24…

5	5, 15, 25…
6	6, 16, 26…
7	7, 17, 27…
8	8, 18, 28…
9	9, 19, 29…
0	10, 20, 30…

Темы рефератов:

1. Концепция визуального поворота Т.Дж. Митчела.
2. Визуальные исследования и проблемы массовой культуры.
3. Визуальные исследования Бирмингемской школы.
4. Культурные феномены визуальности: кино, дизайн, телевидение, фотография, концептуальное искусство, «public art», реклама.
5. Визуальная культура и проблема идеологии.
6. К. Мокси и проблема невоплощенных образов disembodied images.
7. Слово как медиатор видимого
8. Видео-формы: фотография, кинематограф, скульптура, живопись, рисунок, дизайн
9. Феномен воображения в художественной культуре
10. Концептуальные модели М. Маклюэна («всемирная деревня», «горячие и «холодные» средства).
11. Проблема визуального в работах Ж. Бодрийяра («утрата реальности», «симулякр» и «соблазн»).
12. Виды экранных медиа
13. Телевидение, специфика социальных функций и визуальных технологий. Визуальная риторика телевидения
14. Понятие окуляцентризма как философского способа концептуализации проблем видения и взгляда
15. Интернет-контент и эмоциональное насыщение визуальных образов
16. Гаджеты и приватно-телесное пространство человека.
17. Как исследуется нарративная структура телевизионных сериалов?
18. Каковы особенности восприятия телесериалов аудиторией?
19. Каковы основные черты формата «infotainment»?
20. Как строится «повестка дня» в телевизионных новостях?
21. Как скорость обращения информации влияет на облик медийных текстов?
22. Как может выстраиваться политика детского канала?
23. Какова специфика телевизионной рекламы?
24. Что такое медийный формат?
25. Зрительная коммуникация в PR
26. Визуальные искусства в XX столетии (период и страна – по выбору студента).
27. Визуальная составляющая фирменного стиля организаций.
28. Визуальные символы советского общества (период по выбору студента).
29. Символика арт-проектов современной России.

30. Символика российских политических партий (по выбору студента).

31. Визуальные стереотипы в средствах массовой информации современной России. (СМИ – по выбору студента)

32. Эволюция визуальных образов шоу-бизнеса современной России.

33. Карикатура тоталитарной эпохи.

34. Современные комиксы в визуальной культуре

35. Карикатура в современных российских средствах массовой коммуникации.

36. Рекламный плакат (страна и период по выбору студента)

37. Политический плакат (любого периода по выбору студента)

38. Художественный авангард и конструирование антропологической модели советского человека.

39. Агитационный фарфор.

40. План монументальной пропаганды.

41. "Монументальная пропаганда" в современной России.

42. Архитектура Большого стиля как властный дискурс.

43. Визуальные каноны юбилеев советских лидеров в системе российской политической культуры

44. Разбор и интерпретация визуальных канонов современной российской прессы

4. Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

По компоненте компетенций «Знать»:

1. Дефиниции визуальности
2. Визуальность и виртуальность
3. Формирование визуального образа в рекламе
4. Формирование визуального образа в связях с общественностью
5. Интернет - ресурсы визуализации реальности
6. Исторические этапы развития визуальности
7. Типология и видовое разнообразие визуальных объектов
8. Психология зрительного восприятия
9. Визуальные инновации
10. Панорама и точки зрения в визуализации реальности
11. Визуальная культура и социокультурные практики
12. Креатив в визуальной культуре
13. Визуальный проект и реальность
14. Факторы восприятия визуальных образов
15. Проблема воспроизводимости визуальных образов
16. Медиатизация и визуальность
17. Визуальное насилие как проблема XXI века
18. Понятие окуляцентризма
19. Трансформация зрительского восприятия на рубеже XX-XXI вв.
20. Визуальная культура и технологические инновации.

21. Язык визуальных коммуникаций: сравнение, инверсия, гипербола, метафора

По компоненте компетенций «Уметь»:

1. Как, используя концепции Адорно и Хоркхаймера, можно проанализировать манипулятивный потенциал современной рекламы?
2. Каким образом, опираясь на идеи Вальтера Беньямина, можно объяснить изменение восприятия произведения искусства в эпоху его цифрового тиражирования?
3. Как можно применить междисциплинарный подход визуальных исследований для анализа конкретного визуального феномена (например, мема или интерфейса)?
4. Каким образом можно связать когнитивные функции визуализации с практиками манипуляции общественным сознанием?
5. Как можно интерпретировать многозначность визуального образа на примере известной фотографии или картины?
6. Каким образом можно объяснить феномен "клипового мышления", используя концепции М. Маклюэна о медиа?
7. Как можно оценить роль монтажа в конструировании виртуальной реальности в кино или видеоиграх?
8. Каким образом, опираясь на теорию Бодрийяра, можно отличить визуальный образ-симулякр от образа, имеющего связь с реальностью?
9. Как можно применить семиотический подход (анализ знаков и кодов) для "прочтения" политического плаката или рекламы?
10. Каким образом можно проследить влияние "визуального поворота" на трансформацию современных социальных связей?
11. Как можно сравнить операционные возможности традиционных (например, живопись) и цифровых медиа (например, Instagram) в визуализации идеи?
12. Каким образом можно оценить роль медиа в переходе от пассивного потребления визуальных образов к активному участию в их создании (на примере пользовательского контента)?
13. Как можно разработать стратегию визуальной коммуникации, направленную на активацию конкретных эмоционально-ценностных отношений у целевой аудитории?
14. Каким образом можно распознать и нейтрализовать манипулятивные визуальные коды в рекламном сообщении?
15. Как можно оценить эффективность использования тактильной vs. дистантной визуальной культуры в конкретной маркетинговой кампании?
16. Каким образом можно применить понимание "телесных практик" современной рекламы для критического анализа стандартов красоты, навязываемых через визуальные каналы?

По компоненте компетенций «Владеть навыками»:

1. Проанализируйте структуру любого объекта популярной визуальной культуры (кино, реклама, видеоигра) как текст культуры, используя в анализе познавательные основания и принципы психоаналитической концепции культуры. Соотнесите набор архетипов с персонажами и героями выбранного объекта. Аргументируйте на основании

анализа каких фрагментов сюжета и каких визуальных образов тот или иной персонаж или герой проявляет качества конкретного архетипа.

2. Проанализируйте конкретный пример визуальной коммуникации (например, рекламный плакат, кадр из фильма, фотографию в социальных сетях) с позиций критической теории общества (Адорно, Хоркхаймер).

3. Сравните подходы Вальтера Беньямина (например, понятие "ауры") и Жана Бодрийяра (симулякр и симуляция) к проблеме тиражирования визуальных образов. Проиллюстрируйте сравнение на примерах.

4. Выявите манипулятивные возможности в предложенном визуальном сообщении (реклама, политический плакат) и объясните, на каких социальных или психологических механизмах они основаны.

5. Оцените роль монтажа в создании специфического смысла и воздействия на аудиторию в предложенном видеофрагменте (рекламный ролик, клип, отрывок из фильма).

6. Интерпретируйте многозначный визуальный образ (например, произведение современного искусства, фотожурналистики), предложив несколько возможных социокультурных прочтений.

7. Расшифруйте визуальные коды и знаки в заданном изображении (например, в брендовой упаковке, интерфейсе приложения) и объясните, как они направляют восприятие зрителя.

8. Объясните феномен "клипового мышления" через призму концепций медиатеории (Маклюэн, Вирилио) и приведите примеры его проявления в современной визуальной культуре.

9. Разработайте концепцию визуальной коммуникации для конкретной маркетинговой цели (например, продвижение экологичного продукта), обосновав выбор визуальных техник с точки зрения их социальных и когнитивных функций.

10. Спроектируйте стратегию использования визуального контента в социальных сетях для формирования определённого эмоционально-ценностного отношения к бренду/явлению. Какие визуальные практики и почему будут наиболее эффективны?

11. Предложите способ визуализации сложного социального или культурного феномена (например, "информационная перегрузка", "цифровизация общества"), используя принципы серийности или синестезии.

12. Примените концепцию "общества потребления" к анализу современного инстаграм-аккаунта бренда или инфлюенсера. Как в нём функционирует визуальная культура?

13. Сравните пассивную и активную коммуникацию медиа на примере двух разных визуальных платформ (например, традиционное телевидение vs. интерактивный сервис типа TikTok).

14. Объясните феномен "визуального поворота" и "медиатизации" на примере того, как сегодня конструируется виртуальная реальность (соцсети, метавселенные) и как она влияет на социальную реальность.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств представлены в трех взаимосвязанных блоках.

Первый блок – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «знать» и «уметь», в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

Третий блок – задания на уровне «знать», «уметь», «владеть». Он представлен кейс-заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее, как правило, из описания реальной практической ситуации или ситуации, приближенной к практике. Выполнение студентом кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. В отличие от первых двух блоков задания третьего блока носят интегральный (summative) характер и позволяют формировать нетрадиционный способ мышления, характерный и необходимый для современного человека. Решение студентами подобного рода нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о степени влияния процесса изучения

дисциплины на формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки выполнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблица 4).

Таблица 4 – Модель оценки выполнения заданий ФОС

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетвори тельно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовлетво рительно (не зачтено)	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Данная модель, являясь студентоцентрированной, позволяет сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки

результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в обучении.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов направления подготовки.