

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

Колледж технологии, моделирования и управления

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«04» _____ 04 _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13

(Индекс дисциплины)

Рекламно-выставочная деятельность

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин 04

Специальность: 42.02.01 «Реклама»

Квалификация: Специалист по рекламе

Программа подготовки: Базовая подготовка

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Максимальная учебная нагрузка	75		
	Обязательные учебные занятия	48		
	Лекции, уроки	36		
	Практические занятия, семинары	12		
	Лабораторные занятия			
	Курсовой проект (работа)			
	Самостоятельная работа (в т.ч. консультации)	27(6)		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен			
	Зачет	5		
	Контрольная работа			
	Курсовой проект (работа)			

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 N 510 (ред. 13.07.2021)

и на основании учебного плана № 23-02/1/11

Составитель(и): Преподаватель Шалякина Г.Л.

(должность, Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой комиссии: Сивунова М.Е.

(Ф.И.О. председателя, подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Корабельникова М.А.

(Ф.И.О. директора, подпись)

Методический отдел: Ястребова С.А.

(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре ППСЗ

Самостоятельная	<input checked="" type="checkbox"/>	Обязательная	<input type="checkbox"/>	Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл	<input type="checkbox"/>
Часть модуля	<input type="checkbox"/>	Вариативная	<input checked="" type="checkbox"/>	Математический и общий естественнонаучный учебный цикл	<input type="checkbox"/>
				Профессиональный учебный цикл	<input checked="" type="checkbox"/>
Профессиональный модуль:	<input type="text"/>		<input type="text"/>		
	<i>(Индекс модуля)</i>		<i>(Наименование профессионального модуля)</i>		

1.2. Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области правовых, технических, организационных, коммерческих аспектов выставочной деятельности.

1.3. Задачи дисциплины

- расширение профессионального кругозора студентов,
- изучение общетеоретических проблем выставочной деятельности,
- изучение теории и методики выставочной деятельности.

1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (ОК)

- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1)
- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3)
- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4).
- Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 5).
- Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6)
- Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК 9)

Профессиональные: (ПК)

- Осуществлять поиск рекламных идей (ПК 1.1)
- Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. (ПК 2.1)
- Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии (ПК 2.2)
- Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка (ПК 3.1)
- Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта (ПК 3.2)

1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Знать: 1) историю возникновения выставок и ярмарок (ОК 1, 3-6)
2) основные принципы маркетинга в выставочной деятельности (ОК 1,4-6, ПК 3.1- 3.2)
3) терминологию выставочной деятельности (ОК 1,3-6, 9, ПК 1.1,ПК 2.1-2.2,)
- Уметь: 1) планировать выставочные мероприятия (ОК 1,3-6, 9, ПК 1.1,ПК 2.1-2.2, ПК 3.1-3.2)
2) проводить тренинги стендового персонала и выбирать формы информационного сопровождения (ОК 1,3-6, 9, ПК 1.1,ПК 2.1-2.2,)

1.6. Дисциплины (модули, практики) ППСЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- ОП.06 История рекламы –ОК 3,6,9, ПК 1.1
- ОГСЭ.08 Культурология – ОК 4,5,9

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Введение. Содержание и структура дисциплины. Связь с другими дисциплинами учебного плана.	2		
Тема 1.1. Выставки: юридические и исторические аспекты. Регулирование выставочной деятельности в России. История возникновения и распространения выставок-ярмарок в России. Всемирные выставки ЭКСПО.	12		
Тема 1.2 Основы выставочного маркетинга. Выставка как инструмент маркетинга. Средства маркетинговой коммуникации в выставочной деятельности. Классификация выставок-ярмарок. Терминология выставочной деятельности.	10		
Тема 2.1. Целевые установки в выставочной деятельности. Цель организации выставки. Процесс принятия решения об организации выставки. Заявка на участие в выставке. Оценка экономической отдачи от участия в выставке.	10		
Тема 2.2. Цели участия фирмы в выставке. Выбор выставок, оформление заявки на участие. Составление бюджета для участия в выставке. Оценка площади стенда Экономическая эффективность выставок.	10		
Тема 2.3. Организация работы фирмы на выставке. Планирование, выбор формы участия. Разработка выставочной программы. Выбор экспонатов и средств технического обеспечения для работы на выставке. Регистрация участника. Тренинг персонала. Дизайн стенда.	12		
Тема 3.1. Проведение выставки. Работа на стенде, налаживание коммуникаций с целевыми аудиториями, изучение своих непосредственных конкурентов. Рекламная кампания.	12		
Текущий контроль в 5 семестре – устный опрос, тестирование	3		
Промежуточная аттестация в 5 семестре - дифференцированный зачет	4		
ВСЕГО:	75		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции, уроки

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Введение	5	2				
Тема 1.1	5	4				
Тема 1.2	5	6				
Тема 2.1	5	6				
Тема 2.2	5	6				
Тема 2.3	5	6				
Тема 3.1	5	4				
Дифференцированный зачет	5	2				
ВСЕГО:		36				

3.2. Практические занятия, семинары

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 1.1	Практическая работа №1 Порядок организации	5	2				

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	выставки юридическим лицом						
Тема 1.2	Практическая работа №2 Классификация выставок-ярмарок	5	2				
Тема 2.2	Практическая работа №3 Составление бюджета участия в выставке	5	2				
Тема 2.3	Практическая работа №4 Разработка выставочной программы	5	2				
Тема 2.3	Практическая работа №5 Тренинг персонала для международной выставки	5	2				
Тема 3.1	Практическая работа №6 Инструменты рекламной кампании на выставке	5	2				
ВСЕГО:			12				

3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

5. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера тем, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1.1-1.3	Тестирование	5	1				
2.1-2.7	Тестирование	5	1				
1.1-1.3, 2.1-2.7, 3.1-3.2	Устный опрос	5	8				

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	5	8				
Подготовка к практическим занятиям	5	7				
Подготовка к тестированию	5	4				
Консультации	5	6				
Подготовка к зачету	5	2				
ВСЕГО:			27			

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых активных и интерактивных форм занятий

Краткая характеристика вида занятий	Используемые активные и интерактивные формы	Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции: обеспечивают теоретическое изучение дисциплины с пояснениями и примерами на основе	Диспут, дискуссия	18		

Краткая характеристика вида занятий	Используемые активные и интерактивные формы	Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
реальных ситуаций				
Комбинированные уроки: обеспечивают теоретическое изучение дисциплины и одновременно контролируют уровень освоения нового материала за счет текущего контроля	Опрос, поиск вариантов решения проблемных ситуаций, презентация домашнего задания	22		
Практические занятия: обеспечивают формирование навыков формирования выставочного пространства и организации экспозиции	Работа в малых группах, презентации результатов, дискуссии	12		
ВСЕГО:		52		

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1.	Аудиторная активность: посещение лекций и практических занятий, своевременная сдача отчетов по практическим работам, устные ответы на занятиях	30	<ul style="list-style-type: none"> 3 балла за каждое занятие (всего 24 занятия в семестре), максимум 72 балла 2 балла за каждый своевременно сданный отчет по практической работе (всего 6 работ), максимум 12 баллов 1 балл за устный ответ (всего по 8 темам), максимум 8 баллов Ведение конспекта – максимум 8 баллов
2.	Подготовка и представление устных докладов на занятии либо участие в неделе «Рекламы» с презентацией	20	<ul style="list-style-type: none"> 50 баллов за доклад на занятии (всего 1 доклад в семестре), максимум 50 баллов; 25 баллов за выступление на неделе «Рекламы» Оформление отчетов о посещении общественных и культурных мероприятий - максимум 25 баллов.
3.	Сдача дифференцированного зачета	50	<ul style="list-style-type: none"> Ответ на теоретические вопросы (полнота, владение терминологией, затраченное время) – максимум 60 баллов; Тестирование – 2 теста по 20 баллов, максимум 40 баллов.
ИТОГО (%):		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале
86 - 100	5 (отлично)
75 – 85	4 (хорошо)
61 – 74	
51 - 60	3 (удовлетворительно)
40 – 50	
17 – 39	2 (неудовлетворительно)
1 – 16	
0	

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 15-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 538 с. — ISBN 978-5-394-03441-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85319.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Кочетова, Л. М. История выставочно-ярмарочной деятельности : учебное пособие / Л. М. Кочетова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 154 с. — ISBN 978-5-4497-1166-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108229.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности. Практические работы [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Трофимова Л.В. — СПб.: СПбГУПТД, 2018. — 26 с. — Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201880, по паролю.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Пси-фактор – центр практической психологии. Библиотека. <http://www.psyfactor.org/>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Программное обеспечение:
программы Microsoft Windows 10 Pro, Office Standart 2016;

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Стандартно оборудованный кабинет проектирования рекламного продукта, видеопроектор с экраном, компьютер, телевизор.

8.6. Иные сведения и (или) материалы

9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

9.1. Описание показателей, оценочных средств, критериев и шкал оценивания компетенций

9.1.1. Показатели оценивания компетенций и оценочные средства

Коды компетенции	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
ОК1	Объясняет сущность и социальную значимость будущей профессии. Интересуется новостной информацией по профессиональной тематике	Вопросы для устного собеседования Тест	Перечень вопросов для зачета -26 Комплект тестов
ОК3	Формулирует варианты альтернативных действий в случае возникновения нестандартной ситуации.	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для зачета -26
ОК4	Перечисляет основные источники профессиональной информации как информационно-телекоммуникационные, так и литературные	Вопросы для устного собеседования Тест	Перечень вопросов для зачета -26 Комплект тестов
ОК5	При подготовке ответа уверенно обращается к ресурсам интернета в поисках информации о выставках	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для зачета -26

Коды компетенции	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
ОК6	Предоставляет результаты, приобретенные в совместной работе с коллективом. Излагает персональные задачи каждого в общей работе	Вопросы для устного собеседования Тест	Перечень вопросов для зачета -26 Комплект тестов
ОК9	Определяет различие в применяемых профессиональных технологиях, в том числе в инновационных профессиональных технологиях.	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для зачета -26
ПК 1.1	1)понимает различие в применяемых методах психологического воздействия, 2)знает инновационные приемы психологии с применением новых технологий, 3)умеет применять разнообразные психологические методы и приемы на практике	Вопросы для устного собеседования Тест	Перечень вопросов для зачета -26 Комплект тестов
ПК 2.1	1)знает этапы создания рекламного текста 2)умеет применять психотехнологии при составлении рекламного обращения 3)владеет навыками написания рекламных текстов	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для зачета -26
ПК 2.2	1)знает принципы работы в составе коллектива исполнителей, 2)берет на себя ответственность за принятие решения команды, 3)владеет навыками построения алгоритма работы команды	Вопросы для устного собеседования Тест	Перечень вопросов для зачета -26 Комплект тестов
ПК 3.1	Анализирует рынок потребителей и формулирует требования целевых групп	Вопросы для устного собеседования Тест	Перечень вопросов для зачета -26
ПК 3.2	Формулирует принципы продвижения рекламного продукта для рекламно-выставочных мероприятий	Вопросы для устного собеседования Тест	Перечень вопросов для зачета -26 Комплект тестов

9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Письменная работа
86 - 100	5 (отлично)	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (хорошо)	Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74		Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
40 – 50		Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
17 – 39	2	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил

	(неудовлетворительно)	оформления или сроков представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16		Содержание работы полностью не соответствует заданию. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний

9.2.1. Перечень вопросов по дисциплине

№ п/п	Формулировка вопросов
1	Регулирование выставочной деятельности в России.
2	История возникновения и распространения ярмарок-выставок.
3	Выставки как инструмент маркетинга.
4	Терминология выставочной деятельности.
5	Целевые установки в выставочной деятельности.
6	Цели фирмы, участвующей в выставке
7	Процесс принятия решения об участии организации в выставке.
8	Выбор выставки и оформление заявки на участие в выставке.
9	Составление бюджета для участия в выставке, оценка площади стенда.
10	Планирование выставочного мероприятия.
11	Формы участия в выставке.
12	Выбор выставочной программы и средств маркетинговой коммуникации. Сопровождение выставки.
13	Выбор экспонатов, порядок регистрации участника.
14	Техническое обеспечение работы на стенде.
15	Тренинг персонала фирмы, работающего на выставке.
16	Правила работы на выставочном стенде, типы выставочных стендов.
17	Формы информационного сопровождения работы фирмы на выставке.
18	Реклама участия, PR-мероприятия, событийный маркетинг в выставочной деятельности.
19	Основные типы ярмарок и выставок
20	Основные задачи оргкомитета выставки.
21	Основные этапы подготовки международной отраслевой выставки.
22	Основные функции пресс-центра выставки.
23	Зоны выставочной площадки фирмы-участницы.
24	Работа экспонента в ходе выставки с целью изучения своих конкурентов.
25	Психология коммуникаций с посетителями выставки: представителями СМИ.
26	Психология коммуникаций с посетителями выставки: коммерсантами, потребителями.

Вариант тестовых заданий по дисциплине

№ п/п	Формулировка задания	Ответ
1.	Что из вышеперечисленного не относится к первому этапу подготовки выставки: - разработка концепции выставки - анализ коммерческой состоятельности выставки - подготовка заявочной документации - подготовка выставочного оборудования	Подготовка оборудования
2.	Что из нижеперечисленного не относится к четвертому этапу подготовки выставки: - разработка и реализация дизайна павильона - подготовка мероприятий деловой программы - заключение договора с генеральным подрядчиком - застройка выставочного павильона	Подготовка мероприятий деловой программы
3.	Что должен учитывать организатор выставки при принятии решения об организации крупной международной выставки: - размер общей экспозиционной площади - тематику выставки - концепцию выставки - время проведения выставки	Все вместе

4.	<p>Что из нижеперечисленного не входят в основополагающие цели участия фирмы в выставке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить свою позицию на рынке - увидеть общие тенденции в отрасли - увеличить объем продаж - принять участие в культурной программе выставки 	Принять участие в культурной программе выставки
5.	<p>Как называется документ для регистрации фирмы как участника выставки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приказ - накладная - заявка - распоряжение 	Заявка
6.	<p>Что из нижеперечисленного не является элементом выставочного павильона:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проходы - освещение - подиум - грим- уборные - подъездные пути 	Подъездные пути
7.	<p>Что из нижеперечисленного не является формой участия в выставке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экспонент - посетитель - коммивояжер - спонсор - представитель СМИ 	Коммивояжер
8.	<p>Что из нижеперечисленного является успешной пиар акцией на выставке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - придание стенду индивидуальности с помощью рекламы и дизайна - проведение пресс-конференций и семинаров - демонстрация на стенде компьютерных презентаций - организация различных Ивент-мероприятий 	Все вместе
9.	<p>Тип выставочного стенда "остров" состоит из:</p> <ul style="list-style-type: none"> - двух лицевых сторон - трех лицевых сторон - одной лицевой стороны - четырех лицевых сторон 	Четыре лицевые стороны
10.	<p>Как называется форма информационного сопровождения работы фирмы на выставке с помощью СМИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ивент - паблисити - пропаганда - продактплейсмент 	Паблисити
11.	<p>Что из нижеперечисленного является основой для анализа экономической эффективности работы фирмы на выставке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - видео - и фото съемка - протокол мероприятий - анкеты - бухгалтерский и налоговый учет в выставочной деятельности - общественное мнение 	Бухгалтерский и налоговый отчет
12.	<p>Что из нижеперечисленного является основным элементом подготовки церемонии закрытия выставки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - список участников церемонии закрытия - видео- и фотосъемка - присутствие СМИ - сценарий - реклама 	Сценарий

9.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и практического опыта

9.3.1. Условия допуска обучающегося к контрольной работе или сдаче экзамена и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета)

9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная

9.3.3. Особенности проведения дифференцированного зачета – дифференцированный зачет выполняется аудиторно в течение 2 академических часов и состоит из ответов на 2 теоретических вопроса и выполнения 1 теста. Зачет проводится в письменной форме. Использование дополнительных источников информации не допускается. Результат сообщается обучающемуся на следующий учебный день.