

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета психологии

 Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Фонд оценочных средств по дисциплине

Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение

по направлению подготовки/специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:

«Работа с социальными медиа»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

Год приема

2023

Томск – 2023

Фонд оценочных средств (ФОС) является элементом системы оценивания сформированности компетенций у обучающихся в целом или на определенном этапе ее формирования.

ФОС разрабатывается в соответствии с рабочей программой (РП) дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение», включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по настоящей дисциплине.

1. Паспорт оценочных средств

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Работа с социальными медиа»

Семестр (семестры) изучения: 1 семестр

Форма (формы) текущего контроля: коллоквиум, доклад, создание электронного продукта.

Форма проведения промежуточной аттестации: экзамен

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по пятибалльной системе.

2. Компетенции, закрепленные за дисциплиной и результаты обучения

Наименование категории (групп) компетенций	Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)

<p>Универсальная компетенция. Системное и критическое мышление</p>	<p>УК-4. Способен осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках</p>	<p>ИУК-4.1 Осуществляет коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)</p>	<p>РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>
		<p>ИУК-4.2 Осуществляет коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием ИКТ</p>	<p>РО-ИУК-4.2.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации.</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>

3. Критерии оценивания результатов обучения

В качестве уровней сформированности компетенций обучающихся в результате освоения дисциплины выделяются следующие:

1. Допороговый уровень (далее – неудовлетворительно).
2. Пороговый уровень (далее - удовлетворительно)
3. Базовый уровень (далее – хорошо)
4. Продвинутый уровень (далее – отлично)

Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ИУК-4.1 Осуществляет коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)	<p>РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умений	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
ИУК-4.2 Осуществляет коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на иностранном	РО-ИУК-4.2.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными	Успешная и систематическая демонстрация знания

языке, в том числе с использованием ИКТ	РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей.			ьным и ошибками демонстрация знания и умений	я и умений
---	---	--	--	--	------------

4. Оценочные средства для проведения текущего контроля

Текущий контроль проводится регулярно на лекционных и практических занятиях с целью получения оперативной информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций.

№	Контролируемые разделы дисциплины	Код и наименование результатов обучения	Наименование оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	Точная коммуникация как необходимое условие эффективного делового общения	<p>РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>	Вопросы к экзамену
2	Система основных регуляторов делового общения	РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с	Вопросы к экзамену. Анализ кейсов персонального (собственного) и корпоративного профилей

		<p>использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>	<p>в социальных сетях на предмет соответствия этическим нормам деловой коммуникации.</p>
3	Деловой имидж	<p>РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей.</p> <p>РО-ИУК-4.2.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации.</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на</p>	<p>Вопросы к экзамену. Подготовка и проведение круглого стола на тему «Деловое общение в условиях электронной трансформации» (групповое задание).</p>

		иностранном языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей	
4.	Вербальная и невербальная коммуникация.	<p>РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>	Вопросы к экзамену. Подготовить и провести круглый стол на тему «Деловое общение в условиях электронной трансформации» (групповое задание).
5.	Цифровой имидж	<p>РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p> <p>РО-ИУК-4.2.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую</p>	Вопросы к зачёту. Анализ кейсов персонального (собственного) и корпоративного профилей в социальных сетях на предмет соответствия этическим нормам деловой коммуникации.

		<p>коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации.</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>	
6.	Переговоры и медиация как ключевые формы делового общения	<p>РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>	<p>Вопросы к зачёту. Подготовить и провести круглый стол на тему «Деловое общение в условиях электронной трансформации» (групповое задание).</p>
7.	Конфликты в онлайн-коммуникации и пути их разрешения	<p>РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать</p>	<p>Вопросы к зачёту. Подготовка электронного продукта (презентации, сайта, подкаста, канала и т.п.) с презентацией с разбором кейса конфликта в цифровой среде и вариантами решения с помощью PR-инструментов.</p>

		личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей	
8.	Культура деловой речи	<p>РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>	<p>Вопросы к зачёту:</p> <p>Создание персонального резюме.</p> <p>Создание персонального рекомендательного письма.</p>
7.	Итоговая аттестация по дисциплине	<p>РО-ИУК-4.1.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>	<p>Вопросы к экзамену.</p> <p>Подготовка цифрового продукта</p>

		<p>РО-ИУК-4.2.1. Умеет выстраивать корпоративную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целевыми аудиториями организации.</p> <p>РО-ИУК-4.1.2. Умеет выстраивать личную деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с целью формирования делового имиджа и достижения профессиональных целей</p>	
--	--	---	--

4.1 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: устный опрос, коллоквиум, доклад с презентацией, анализ кейса, цифровой продукт.

4.1.1 Типовые вопросы для устного опроса, коллоквиума.

1. Предпосылки появления делового общения как сферы знаний и дисциплины. Понятие делового общения.
2. Этапы и фазы делового общения.
3. Виды и формы делового общения.
4. Функции делового общения.
5. Структура делового общения.
6. Причины, затрудняющие передачу информации в деловой коммуникации, слушание в деловой коммуникации (трудности эффективного слушания, виды слушания, правила слушания).
7. Типы и особенности вербальной и невербальной деловой коммуникации.
8. Этапы взаимодействия в деловом общении.
9. Способы воздействия в деловой коммуникации.
10. Психологические приемы влияния на партнера.
11. Манипуляции в деловом общении и их характеристики.
12. Приемы защиты от манипулятивного воздействия.
13. Вербальный и невербальный имидж делового человека.
14. Этика делового общения, кодекс делового общения.
15. Понятие «деловой этикет». Основные правила делового этикета. Деловой этикет в устной и в письменной коммуникации.
16. Внутренняя и внешняя деловая коммуникация компании.
17. Понятие и функция имиджа в деловой сфере. Основные атрибуты и факторы формирования делового имиджа.
18. Основные составляющие внутреннего и внешнего имиджа.

19. Роль имиджа в построении карьеры. Концептуальные характеристики делового имиджа.
20. Самопрезентация как средство самовыражения и технология управления мнением в деловой среде.
21. Цифровой имидж индивида и корпорации в условиях информационного общества.
22. Цели, виды и функции переговоров в сфере деловых коммуникаций. Структура переговоров
23. Основные правила и стили ведения переговоров.
24. Понятия «медиация» и «посредничество»: общее и различное.
25. Принципы медиации и посредничества.
26. Общая характеристика официально-делового стиля. Текстовые нормы делового стиля.

4.1.2 Типовые темы докладов для освоения теоретических знаний

1. Деловой имидж специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью в цифровом сетевом обществе.
2. Специфика создания визуального контента для профессионального лендинга специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью в цифровом сетевом обществе.
3. Специфика создания текстового контента для страниц в социальной сети специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью в цифровом сетевом обществе.
4. Формирование и продвижение цифрового профессионального делового имиджа специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью в цифровом сетевом обществе.
5. PR как форма корпоративной деловой коммуникации.

4.1.4 Типовые электронные продукты:

1. Сайт для абитуриентов направления «реклама и связи с общественностью» кратким содержанием данного курса.
2. Подборка каналов в социальных медиа (в Telegram, Youtube, ВКонтакте) для знакомства с темой манипуляции в деловой коммуникации.
3. Дайджест научно-популярных источников для знакомства с темой самопрезентации.
4. Лендинг с презентацией профессионального этического кодекса специалиста по рекламе и связям с общественностью.
5. Инфографическая презентация тем курса «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение».

5. Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Виды текущего контроля	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Контактная работа: <ul style="list-style-type: none"> • Устный опрос, коллоквиум • Организация круглого стола • Выступление с сообщением по теме 	0-2,9 баллов (неудовлетворительно)	3,0-3,5 баллов (удовлетворительно)	4,0-4,5 баллов (хорошо)	4,6-5,0 баллов (отлично)
Задание для самостоятельной работы: <ul style="list-style-type: none"> • Создание электронного продукта 	0-2,9 баллов (неудовлетворительно)	3,0-3,5 баллов (удовлетворительно)	4,0-4,5 баллов (хорошо)	4,6-5,0 баллов (отлично)

5.1 Критерии оценивания устного опроса, работы на коллоквиуме, участие в круглом столе, анализа кейсов, разработке презентации на основе критического анализа литературы

или иных источников информации:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

6. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.1 Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен в первом семестре проводится в устной форме, в виде защиты итоговой работы/кейса. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку. Набранные баллы (за семестр) суммируются и выводится средняя арифметическая. Студенты, получившие средний балл менее 3.0 сдают экзамен в полном объёме (три части); студенты, получившие средний балл от 3.0 до 3.9 сдают экзамен в неполном объёме (две части); студенты, получившие средний балл от 4.0 до 4.5 сдают экзамен в неполном объёме (одна часть).

6.2 Типовые экзаменационные задания/кейсы/вопросы.

Примерный перечень теоретических вопросов

1. Предпосылки появления делового общения как сферы знаний и дисциплины. Понятие делового общения.
2. Этапы и фазы делового общения.
3. Виды и формы делового общения.
4. Функции делового общения.
5. Структура делового общения.
6. Причины, затрудняющие передачу информации в деловой коммуникации, слушание в деловой коммуникации (трудности эффективного слушания, виды слушания, правила слушания).
7. Типы и особенности вербальной и невербальной деловой коммуникации.
8. Этапы взаимодействия в деловом общении.
9. Способы воздействия в деловой коммуникации.
10. Психологические приемы влияния на партнера.
11. Манипуляции в деловом общении и их характеристики.
12. Приемы защиты от манипулятивного воздействия.
13. Вербальный и невербальный имидж делового человека.
14. Этика делового общения, кодекс делового общения.
15. Понятие «деловой этикет». Основные правила делового этикета. Деловой этикет в устной и в письменной коммуникации.
16. Внутренняя и внешняя деловая коммуникация компании.
17. Понятие и функция имиджа в деловой сфере. Основные атрибуты и факторы формирования делового имиджа.

18. Основные составляющие внутреннего и внешнего имиджа.
19. Роль имиджа в построении карьеры. Концептуальные характеристики делового имиджа.
20. Самопрезентация как средство самовыражения и технология управления мнением в деловой среде.
21. Цифровой имидж индивида и корпорации в условиях информационного общества.
22. Цели, виды и функции переговоров в сфере деловых коммуникаций. Структура переговоров
23. Основные правила и стили ведения переговоров.
24. Понятия «медиация» и «посредничество»: общее и различное.
25. Принципы медиации и посредничества.
26. Общая характеристика официально-делового стиля. Текстовые нормы делового стиля.

Примеры электронного продукта:

1. Сайт для абитуриентов направления «реклама и связи с общественностью» кратким содержанием данного курса.
2. Подборка каналов в социальных медиа (в Telegram, Youtube, ВКонтакте) для знакомства с темой манипуляции в деловой коммуникации.
3. Дайджест научно-популярных источников для знакомства с темой самопрезентации.
4. Лэндинг с презентацией профессионального этического кодекса специалиста по рекламе и связям с общественностью.
5. Инфографическая презентация тем курса «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение».

Примеры вопросов для устного ответа:

1. Какими качествами должен обладать человек для проведения эффективной медиации?
2. Возможно ли человеку развить харизматические характеристики?
3. Какими навыками делового общения должен обладать специалист в сфере социальных коммуникаций?
4. Относится ли манипуляция к этическим методам воздействия в деловой коммуникации?
5. С какими внутренними и внешними аудиториями выстраивает деловую коммуникацию ТГУ?

6.3 Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Ответы на вопросы к экзамену	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Презентация электронного продукта	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Дополнительный вопрос	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

6.4 Критерии оценки ответов на вопросы к экзамену.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. В ответе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения. К содержанию электронного продукта с точки зрения структуры, логики и информативности нет вопросов. В тексте присутствуют стилистические ошибки в небольшом количестве, автор готов их исправить, после редактуры продукт может быть размещён на страницах сетей и сайтов. Весь контент авторский, продукт имеет высокую эстетическую ценность и готов к размещению на страницах сетей и сайтов. Продукт удобен в использовании, может помочь пользователю в достижении цели и готов к размещению в сетях и на сайтах

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы. Электронный продукт достаточно хорошо структурирован, в изложении материала присутствует логика, продукт достаточно информативен. В тексте присутствуют грамматические и стилистические ошибки в небольшом количестве, требуется минимальная редакция. Большая часть контента - авторский текст, продукт имеет эстетическую ценность. Продукт достаточно удобен в использовании и может помочь пользователю в достижении цели

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий. Электронный продукт плохо структурирован и/или отсутствует логика и/или содержит низкий уровень информативности. В тексте присутствуют грамматические и стилистические ошибки в большом количестве. Много заимствованного контента (плагиата) со сторонних ресурсов без указания источников (прямое копирование), оформление не имеет эстетической ценности. Продукт неудобен в использовании, навигация не поддаётся пониманию, продукт не может помочь пользователю в достижении цели.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Электронный продукт отсутствует.

Шамсудинова С.С, канд. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

ФОС одобрен на заседании УМК

Протокол от 20.06.2023