

Министерство просвещения РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Глазовский государственный инженерно-педагогический университет
имени В.Г. Короленко»

Утверждена
на заседании ученого совета университета

06 апреля 2026 г. протокол № 8
Приказ № 39 от 08 апреля 2026 г.

Ректор Я.А. Чиговская-Назарова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ КОПИРАЙТИНГА И РЕДАКТИРОВАНИЯ
СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА**

Уровень основной профессиональной образовательной программы	Бакалавриат
Направление подготовки	44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Направленность (профиль)	Русский язык и Дополнительное образование (в области медиакоммуникаций)
Форма обучения	Очная
Семестр(ы)	10

Глазов 2026

1. Цель и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель и задачи изучения дисциплины – формирование способности создавать развивающую образовательную среду для достижения личностных, предметных и метапредметных результатов обучения средствами преподаваемых учебных предметов

Задачи дисциплины:

Сформировать навыки владения способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.).

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными индикаторами достижения компетенций

Код компетенции	ПК-3
Формулировка компетенции	Способен формировать развивающую образовательную среду для достижения личностных, предметных и метапредметных результатов обучения средствами преподаваемых учебных предметов
Индикатор достижения компетенции	ИПК 3.1 Владеет способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.)

1.3. Воспитательная работа

Направление воспитательной работы	Типы задач	Формы работы
	педагогический	Научно-исследовательское и проектное сотрудничество: например, Неделя русской словесности, олимпиада «От слова к тексту», выпуск «Филологического вестника» и др.
	сопровождения	Исследовательская деятельность студентов: например, публикация статей, выступление с докладом

1.4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина "Основы копирайтинга и редактирования современного медиатекста" относится к обязательной части учебного плана.

1.5. Особенности реализации дисциплины

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Объем дисциплины

Вид учебной работы по семестрам	Всего, зачетных единиц	Академ. часы	Из них в форме практической
---------------------------------	------------------------	--------------	-----------------------------

			ПОДГОТОВКИ
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	
СЕМЕСТР 10			
Контактная работа с преподавателем:			
Аудиторные занятия (всего)		36	
Занятия лекционного типа		16	
Лабораторные работы		-	
Занятия семинарского типа		16	
Практические занятия		-	
КСР		4	
Самостоятельная работа обучающихся		36	
Вид промежуточной аттестации: Зачет		0	

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п\п	Разделы и темы дисциплины Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в академических часах)						
		Всего	Ауд.	Лекц.	Сем. / пр.	Лаб.	КСР	СРС
Семестр 10								
1.	Введение в проблему. Текст как элемент медиакоммуникационной системы	8	4	2	2			4
2.	Текст как коммуникативный продукт. Основные категории текста	12	6	2	2		2	6
3.	Элементы рекламного текста	8	4	2	2			4
4.	Этапы создания текста	8	4	2	2			4
5.	Виды и жанры рекламного и PR-текста. Каналы коммуникации	8	4	2	2			4
6.	Специфика копирайтинга в интернете	10	4	2	2			6
7.	Текст как контент в социальной сети	10	6	2	2		2	4
8.	Правовые и этические нормы регулирования копирайтинга	8	4	2	2			4
Вид промежуточной аттестации - зачет		0						
Итого по дисциплине		72	36	16	16		4	36

3.2. Занятия лекционного типа

СЕМЕСТР 10

Лекция 1.

Лекция 1.

Тема: Введение в проблему. Текст как элемент медиакоммуникационной системы

Краткая аннотация к лекции.

Текст как элемент медиакommunikационной системы. Рекламный дискурс. Копирайтинг как часть рекламного дискурса. Виды копирайтинга. Эволюция публицистической речи. Новые форматы текста, эволюция прежних форматов

Лекция 2.

Тема: Текст как коммуникативный продукт. Основные категории текста

Краткая аннотация к лекции.

Основные текстовые категории (цельность, связность, завершенность, законченность). Цельность и связность в тексте. Соответствие текста нормам современного русского языка. Логическая структура текста. Композиция.

Лекция 3.

Тема: Элементы рекламного текста.

Краткая аннотация к лекции.

Элементы рекламного текста. Заголовок, подзаголовок, лид, подпись к изображению, основная часть, слоган, эхо-фраза. Слоган. Требования к эффективному слогану. Нейминг. Требования к эффективному имени

Лекция 4.

Тема: Этапы создания текста

Краткая аннотация к лекции.

Этапы создания рекламного текста: исследование продукта, анализ аудитории, постановка целей и задач текста, композиция и логическая структура текста (аргументация в рекламном тексте), написание текста, редакция текста, оформление, тестирование. Учет каналов коммуникации с различными целевыми аудиториями при создании рекламного текста

Лекция 5.

Тема: Виды и жанры рекламного и PR-текста. Каналы коммуникации

Краткая аннотация к лекции.

Виды и жанры PR-текста в зависимости от канала коммуникации. Внутренние и внешние тексты. Виды рекламных и PR-текстов в интернете.

Лекция 6.

Тема: Специфика копирайтинга в интернете

Краткая аннотация к лекции.

Копирайтинг в интернете. Сайт, рассылка, рекламный блок, лендинг. Рерайтинг, копирайтинг, seo-копирайтинг, LSI-копирайтинг, UX-копирайтинг. Digital-ресурсы для написания и изменения текста.

Лекция 7.

Тема: Текст как контент в социальной сети

Краткая аннотация к лекции.

Реклама и PR в социальной сети. Виды контента. Контент-план. Сторителлинг как вид художественного копирайтинга. Блогинг.

Лекция 8.

Тема: Правовые и этические нормы регулирования копирайтинга

Краткая аннотация к лекции.

Правовые основы копирайтинга. Этический аспект копирайтинга. Плагиат и система «Антиплагиат».

3.3. Занятия семинарского типа

СЕМЕСТР 10

Семинар 1.

Тема: Введение в проблему. Текст как элемент медиакommunikационной системы

Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:

1. Особенности рекламного дискурса.
2. Копирайтинг как элемент рекламного дискурса.
3. Виды копирайтинга.
4. Новые форматы текста, эволюция прежних форматов

Семинар 2.

Тема: Текст как коммуникативный продукт. Основные категории текста

Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:

1. Основные категории текста.
2. Цельность и связность в тексте.
3. Соответствие текста нормам современного русского языка.
4. Логическая структура текста.
5. Композиция текста.

Семинар 3.

Тема: Элементы рекламного текста

Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:

1. Заголовок, подзаголовок, их роль.
2. Лид, подпись к изображению.
3. Основная часть, слоган, эхо-фраза.
4. Требования к эффективному слогану.
5. Нейминг, требования к эффективному имени.

Семинар 4.

Тема: Этапы создания текста

Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:

1. Этапы исследования продукта, анализа аудитории.
2. Постановка целей и задач текста, выстраивание композиции.
3. Логическая структура текста (аргументация в рекламном тексте).
4. Написание текста, его редаKTура.
5. Учет каналов коммуникации с различными целевыми аудиториями при создании рекламного текста.

Семинар 5.

Тема: Виды и жанры рекламного и PR-текста. Каналы коммуникации

Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:

1. Виды и жанры PR-текста в зависимости от канала коммуникации.
2. Внутренние и внешние тексты.
3. Виды рекламных и PR-текстов в интернете.

Семинар 6.

Тема: Специфика копирайтинга в интернете

Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:

1. Лендинг в интернете.
2. Перайтинг, копирайтинг, seo-копирайтинг, LSI-копирайтинг, UX-копирайтинг.
3. Digital-ресурсы для написания и изменения текста.

Семинар 7.

Тема: Текст как контент в социальной сети

Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:

1. Виды контента.
2. Составление контент-плана.
3. Сторителлинг как вид художественного копирайтинга.
4. Блогинг.

Семинар 8.

Тема: Правовые и этические нормы регулирования копирайтинга

Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:

1.Правовые основы копирайтинга. 2.Этический аспект копирайтинга. 3.Плагат и система «Антиплагат».

3.4. Практические занятия

Учебным планом не предусмотрены

3.5. Лабораторные работы

Учебным планом не предусмотрены

3.6. Контроль самостоятельной работы

СЕМЕСТР 10

Контроль самостоятельной работы 1.

Тема: Текст как коммуникативный продукт. Основные категории текста

Перечень заданий: изучение научной литературы, поиск выразительных средств языка газеты, радио, телевидения, интернет-СМИ.

Контроль самостоятельной работы 2.

Тема: Текст как контент в социальной сети

Перечень заданий: изучение научной литературы, создание блога, продумывание тематики, названия блога, опубликование поста.

3.7. Самостоятельная работа студентов

1.Текущая работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы.

2.Работа со словарями и справочниками в соответствии с темами семинарских занятий.

3.Тестирование; выполнение самостоятельных и контрольных работ.

4.Участие в научно-исследовательском и проектном сотрудничестве.

5.Подготовка сообщений, докладов к выступлению на семинаре, конференции.

Примерные темы докладов:

- a) Нарративные стратегии в копирайтинге.
- b) Копирайтинг: ремесло или искусство?
- c) Рерайтинг как сфера копирайтинга.
- d) NEO-копирайтинг: доминирующие признаки.

4. Фонд оценочных средств

ФОС включает оценочные средства текущего, промежуточного и поститогового контроля (Приложение 1).

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Основная литература

1. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебник для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587677> (дата обращения: 25.03.2026)

2. Басовская, Е. Н. Стилистика и литературное редактирование : учебник для вузов / Е. Н. Басовская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 211 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06922-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585952> (дата обращения: 25.03.2026)

5.2. Дополнительная литература

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587376> (дата обращения: 25.03.2026)
2. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебник для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587677> (дата обращения: 25.03.2026)

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

6.1 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.edu.ru> Федеральный портал «Российское образование»
2. <http://www.gramma.ru> Культура письменной речи
3. <http://www.gramota.ru> Справочно-информационный портал «Русский язык»:
4. <https://yandex.ru/search/?lr=11150&text=%> Контент рекламных блоков разных типов (телереклама, печатная реклама, уличная реклама, радиореклама).
5. <https://yandex.ru/search/?text=%> Контент блоков социальной рекламы.

6.2. Перечень необходимых профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Электронная библиотечная система «IPR SMART». Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

Электронная библиотечная система «Юрайт». Режим доступа: <https://urait.ru>

Электронно-библиотечная система «Лань» (раздел «Сетевая электронная библиотека педагогических вузов»). Режим доступа: <https://e.lanbook.com>

Электронно-библиотечная система «Руконт». Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/search>

Межвузовская электронная библиотека. Режим доступа: <https://icdlib.nspu.ru/>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>

Национальная электронная детская библиотека. Режим доступа: <https://arch.rgdb.ru/xmlui/>

Национальная электронная библиотека. Режим доступа: <https://rusneb.ru>

Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. Режим доступа: <https://www.prilib.ru>

Polpred.com Обзор СМИ. Режим доступа: <https://polpred.com>

7. Методические указания и учебно-методическое обеспечение для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина реализуется в соответствии с указаниями «Методические рекомендации по организации образовательного процесса при освоении дисциплины», размещенными в ЭИОС университета (eios.ggpi.org).

Методические рекомендации для работы с инвалидами и лицами с ОВЗ размещены в ЭИОС университета (eios.ggpi.org).

8. Материально-техническая база, программное обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебный корпус 1, аудитория 308.

В образовательном процессе используется свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: экосистема Яндекс, Mail.ru и др.

Полный перечень материально-технической базы и программного обеспечения размещены в ЭИОС университета (eios.ggpi.org).

9. Рейтинг-план оценки успеваемости студентов

Дисциплина /семестры	Объем аудиторной работы				Виды текущей аттестационной аудиторной и внеаудиторной работы	Максимальное (норматив) количество баллов	Поощрение	Штрафы	Итоговая форма отчета (мин. балл)
	лек	Сем / пр	лаб	КСР					
Основы копирайтинга и редактирования современного медиатекста / 10 семестр	16	16	-	4	1. Контроль посещаемости лекций 2. Контроль посещаемости семинарских занятий 3. Работа на семинарских занятиях <u>Формы контрольных мероприятий</u> 1. контрольная работа 2. тестирование <u>Компенсационные мероприятия</u> 1. Письменный реферат по темам практических занятий	16 16 24 1*5 1*5 5	+ 1 балл за дополнения; + 3 балла за подготовку дополнительного дидактического материала	- 3 балла за невыполнение в установленные сроки	Допуск до зачета – 50% «автомат» при зачете – 70%
ИТОГО	16	16		4		66 (без компенсации)			

Лист регистрации изменений и дополнений к РПД
 (фиксируются изменения и дополнения перед началом учебного года,
 при необходимости внесения изменений на следующий год –
 оформляется новый лист изменений)

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры. Подпись заведующего кафедрой	Дата, номер протокола заседания совета факультета. Подпись декана факультета
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ОСНОВЫ КОПИРАЙТИНГА И РЕДАКТИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА

1. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и поститогового контроля по дисциплине

1.1. Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Основы копирайтинга и редактирования современного медиатекста» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины «Основы копирайтинга и редактирования современного медиатекста» (РПД). На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

1.2. Оценивание всех видов контроля (текущего, промежуточного, поститогового) осуществляется по 5-ти балльной шкале.

1.3. Результаты оценивания текущего контроля учитываются в рейтинге.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными индикаторами достижения компетенций

Код компетенции	ПК-3
Формулировка компетенции	Способен формировать развивающую образовательную среду для достижения личностных, предметных и метапредметных результатов обучения средствами преподаваемых учебных предметов
Индикатор достижения компетенции	ИПК 3.1 Владеет способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.)

3. Содержание оценочных средств текущего контроля и критерии их оценивания

3.1 Текущий контроль осуществляется преподавателем дисциплины при проведении занятий в следующих формах: тестирование, контрольная работа.

3.2 *Формы текущего контроля и критерии их оценивания*

Форма контроля 1 - Типовые тестовые задания

Типовой тест 1.

Проверяемые компетенции и индикаторы достижения компетенций: ПК-3, ИПК-3.1

Время выполнения заданий: 20 минут

Критерии оценивания:

100% - 90% правильных ответов – 5 баллов;

89% - 75% правильных ответов – 4 балла;

74% - 60% правильных ответов – 3 балла;

59% - 40% правильных ответов – 2 балла;

меньше 40% правильных ответов – 1 балл.

1. Исторически первая форма массовой рекламы – это...
 - а) рекламные сувениры;
 - б) реклама в газетах;
 - в) печатная реклама;
 - г) наружная реклама.
2. Эхо-фраза представляет собой...
 - а) периодически повторяемый набор слов (лозунг, девиз, слоган) для лучшего запоминания текста;
 - б) эффектная фраза в начале рекламного сообщения, модификации которой повторяются много раз;
 - в) выражение в конце текста рекламного сообщения, повторяющее его заголовок или основной мотив;
 - г) «зеркальное отображение», контрастный антипод заголовка, улучшающий восприятие текста.
3. Установите последовательность психологического воздействия рекламы на потребителя.
 - а) убеждение
 - б) принятие решения
 - в) привлечение внимания
 - г) поддержание интереса.
4. Средство рекламы – это...
 - а) материальное средство, которое служит для распространения рекламного сообщения и способствует достижению необходимого рекламного эффекта.
 - б) действие по разработке товарного предложения предприятия и его имиджа, направленные на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей.
 - в) программа коммуникаций, имеющая общие цели, стратегию, бюджет и часто ориентированная на одну и ту же целевую аудиторию.
 - г) методика изучения рекламного текста.
5. Найдите пример слогана с парцелляцией.
 - а) *Когда живот раздут от газов, «Эспумизан» примите сразу!*
 - б) *Билайн. Просто. Удобно. Для тебя.*
 - в) *Есть перерыв? Есть Kit-Kat.*
 - г) *Попробуй удивительную нежность!*
6. Найдите пример слогана с эпитетом.
 - а) *Орифлейм. Красота как образ жизни.*
 - б) *Простуде и гриппу ответ один - «Амиксин»*
 - в) *Дотянись до радуги! Попробуй радугу!*
 - г) *Босс Ботлед. Аромат для мужчин.*
7. Найдите пример, в котором средством выразительности является фразеологизм.
 - а) *Актимель. Укрепляй иммунитет!*
 - б) *Новый KIA. Создан из преимуществ.*
 - в) *«Називин». Для носов и носиков.*
 - г) *Чай «Брук Бонд». Будь на высоте!*
9. В каком из примеров использовано графическое средство привлечения внимания?

- а) *Новая формула дивана.*
- б) *Мужики! – Это инструмент для настоящих профессионалов!*
- в) *В ногах есть правда!* (Реклама обуви)
- г) *ПОСМОЗ какое лето!*

9. Определите, в каком рекламном тексте использовано фонетическое средство выразительности.

- а) *Лоцерил. Не обещает, а убивает.*
- б) *Каждый день вкуснее с улыбкой (Lay's)*
- в) *Есть перерыв? Есть Кит-Кат.*
- г) *«Слобода» - живая еда!*

10. Определите, в каком рекламном тексте использовано словообразовательное средство выразительности.

- а) *Кагоцел. Работает даже при запоздалом лечении.*
- б) *Сады Придонья. Сок, который мы вырастили.*
- в) *Экссес – взгляд на миллион. Сверхобъемные, сверхразделенные ресницы.*
- г) *«Милка» – неожиданно нежный шоколад.*

11. Определите, в каком рекламном тексте использованы антонимы как средство выразительности.

- а) *Пикник в порядке – рожден в беспорядке!*
- б) *Подражать сложно. Повторить невозможно.* («Ахмад»)
- в) *Новый MEN Deer Effect 3 для мужчин с головой на плечах.*
- г) *Безупречное удаление пятен с первой стирки.* (Ariel)

Форма контроля 2–Типовая контрольная работа

Типовая контрольная работа 1.

Проверяемые компетенции и индикаторы достижения компетенций: ПК-3, ИПК-3.1

Время выполнения заданий: 90 минут

Критерии оценивания:

- 100% - 90% правильных ответов – 5 баллов;
- 89% - 75% правильных ответов – 4 балла;
- 74% - 60% правильных ответов – 3 балла;
- 59% - 40% правильных ответов – 2 балла;
- меньше 40% правильных ответов – 1 балл.

1 задание. Составьте рецензию на современный отечественный фильм (ок. 1000-1500 знаков), опубликуйте на любой интернет-платформе. Проанализируйте по количеству комментариев-откликов за неделю, насколько интересна тема, стиль изложения, жанр, который вы выбрали.

2 задание. Продумайте название, тематику, стилеобразующую концепцию и целевую аудиторию школьной газеты. Составьте заголовки к разделам газеты.

4. Содержание оценочных средств промежуточной аттестации и критерии их оценивания

4.1. Промежуточная аттестация проводится в виде: зачета (10 сем.).

4.2. Содержание оценочного средства. Проверяемые компетенции и индикаторы достижения компетенций: ПК-3, ИПК 3.1

Примерные вопросы и задания к зачету

Примерные вопросы к зачету

- 1.Текст как элемент медиакommunikационной системы.
- 2.Текст как коммуникативный продукт.
- 3.Основные категории текста
- 4.Элементы рекламного текста
- 5.Этапы создания текста
- 6.Виды и жанры рекламного и PR-текста.
- 7.Каналы коммуникации
- 8.Специфика копирайтинга в интернете
- 9.Текст как контент в социальной сети
- 10.Правовые и этические нормы регулирования копирайтинга

Примерные задания к зачету

1. Покажите на примерах образность и выразительность стилистических ресурсов языка СМИ.
2. Приведите примеры рекламных текстов и отметьте их композиционно-стилистические особенности.
3. Приведите примеры поликодовости при создании текстов современных СМИ.
4. Проиллюстрируйте композиционно-смысловые особенности текстов современных СМИ.
5. Приведите примеры экспрессивного синтаксиса в заголовках, дайте комментарий.
6. Докажите, что рекламный текст является коммуникативной единицей.
7. Покажите на примерах художественные особенности языка рекламы.
8. Проиллюстрируйте специфику языка аудиальной рекламы, дайте комментарий.
9. Проиллюстрируйте специфику языка визуальной рекламы, дайте комментарий.
10. Проиллюстрируйте специфику языка печатной рекламы, дайте комментарий.

4.3. Критерии оценивания

Зачет выставляется по результатам рейтинга. Если обучающийся набрал недостаточное количество баллов, то он сдает зачет.

Шкала оценивания для зачета

Уровни освоения индикаторов достижения компетенций	Основные признаки выделения уровня	Академическая оценка	% освоения (рейтинговая оценка)
--	------------------------------------	----------------------	---------------------------------

Сформирован	Студент показал достаточно прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты.	Зачтено	50-100
Не сформирован	При ответе выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.	Не зачтено	менее 50

4.4. Методические указания по проведению процедуры промежуточной аттестации

1. Сроки проведения процедуры оценивания: по расписанию экзаменов (зачета - на последнем занятии по предмету). Если обучающийся по результатам рейтинговой системы не набирает нужное количество баллов или желает повысить оценку, то сдает экзамен/ зачет согласно требованиям.
2. Сбор, обработка и оценивание результатов промежуточной аттестации проводится преподавателем, ведущим дисциплину.
3. Предъявление результатов оценивания осуществляется: по окончании ответа студента и фиксируется в зачетной книжке и экзаменационной ведомости.
4. При наличии письменных ответов обучающихся, полученных в ходе экзаменационной сессии, материалы хранятся в течение месяца после завершения сессии на кафедрах.
5. Порядок выполнения и защиты курсовой работы регламентирован «Положением о курсовой работе ФГБОУ ВО «Глазовский государственный инженерно-педагогический университет имени В.Г. Короленко».
6. Считать, что положительные результаты промежуточного контроля свидетельствуют об успешном процессе формирования указанных компетенций и индикаторов достижения компетенций (этапов формирования компетенций).

5. Содержание оценочных средств для проверки сформированности компетенций и индикаторов достижения компетенций (поститоговый контроль) и критерии их оценивания

Задания для проверки компетенции и индикаторов достижения компетенции: ПК-3, ИПК-3.1.

Время выполнения заданий: 30 минут.

ПК-3 Способен формировать развивающую образовательную среду для достижения личностных, предметных и метапредметных результатов обучения средствами преподаваемых учебных предметов	
ИПК-3.1. Владеет способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности	Практическое задание. Определите жанр предложенного медиатекста, его сферу, средства выразительности. Подумайте, как учитель может использовать

(исследовательской, проектной, групповой и др.).	материал данного текста на уроках русского языка в старших классах или на классном часе. Прокомментируйте свой выбор. Составьте фрагмент урока (классного часа). В США растёт количество университетов, предлагающих ночное образование. Лекции при луне и пары до рассвета. В США всё больше колледжей предлагают студентам посещать занятия по ночам, когда обычные уроки давно закончились. Причем подобная форма обучения пользуется огромной популярностью среди молодых людей. Преимущества в таком подходе находят и преподаватели. Вместо колыбельной преподаватель предлагает аудитории встрепенуться и повторять упражнения по грамматике. И такая завидная активность – каждую ночь. Обстановка не самая обычная. Первый час ночи. В коридорах колледжа – ни души. <...> Помимо романтической стороны дела, студенты становятся частью необычного эксперимента, им читают лекции при луне, есть и совершенно практические аспекты: ночью нет пробок, университеты предоставляют бесплатные места для парковок – что актуально в Америке, и, конечно, бесплатное топливо. На университетских кухнях его меряют не чашками, а цистернами. Потому что ночным топливом здесь называют кофе. Пример оказался заразительным уже для десятка колледжей США. Теперь, когда интенсивность жизни приближается к 24 часам в сутки, и список ночных заведений пополняется университетами, становится расхожей шутка: неучение – свет, а учение – тьма. (Анна Нельсон, 1-й канал. 2017)
---	---

Ключ к практической части.

Перед нами информационный жанр – статья. Сфера функционирования – журналистика. Лексические средства выразительности: стилистически окрашенная лексика (*встрепенуться, пробки*), гипербола (*цистерны кофе, интенсивность жизни приближается к 24 часам в сутки*), ирония (*романтическая сторона дела*), метафора (*ночное топливо*), каламбур (*неучение – свет, а учение – тьма*).

Учитель русского языка и литературы может использовать данный материал на уроке, предложив написать изложение (или сочинение).

Учитель может предложить обсудить данный эксперимент на классном часе, организовать дискуссию.

Критерии оценивания:

Каждый индикатор достижения компетенции оценивается в 10 баллов:

- Тестовое задание оценивается в 10 баллов (ответ на вопрос теста стоит 0 или 2 балла);
- Задания на соответствие оцениваются в 10 баллов (каждое оценивается 0-5 баллов)
 - ~ 5 баллов – полностью правильно найденные соответствия;
 - ~ 4 балла – три правильных соответствия;
 - ~ 3 балла – два правильных соответствия;
 - ~ 2 балла – одно правильно соответствие;
 - ~ 1 балл – отсутствие правильных соответствий;
 - ~ 0 баллов – не приступал к выполнению задания;
- Каждое практическое задание оценивается в 10 баллов:
 - ~ 10 баллов - студент правильно выполнил предложенные задания на основе изученной теории, методов, приемов, технологий;
 - ~ 8 баллов - студент способен применять полученные теоретические знания в практической деятельности, решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов, при выполнении заданий допускает незначительные ошибки;
 - ~ 6 баллов - при выполнении задания допущены грубые ошибки;
 - ~ 0 баллов - студент не выполнил задание.

Оценка зависит от процента выполнения всех заданий.

Шкала оценивания сформированности компетенций и индикаторов достижения компетенций

Уровни освоения индикаторов достижений компетенций	Основные признаки выделения уровня	Академическая оценка	% выполнения всех заданий
Повышенный (высокий)	Включает нижестоящий уровень. Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического или прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий.	Отлично	90-100
Базовый	Включает нижестоящий уровень. Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	Хорошо	70-89
Удовлетворительный	Изложение в пределах задач курса теоретического и практического контролируемого материала	Удовлетворительно	50-69
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного	Неудовлетв	менее 50

	уровня	орительно	
--	--------	-----------	--

Считать, что положительные результаты поститогового контроля свидетельствуют об успешном процессе формирования компетенций и индикаторов достижения компетенций (этапа формирования компетенции). Если обучающийся получил оценку «неудовлетворительно», то считать компетенцию не сформированной на данном этапе. При получении оценок «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично» считать, что проверяемая компетенция сформирована на достаточном уровне.

Методические указания для проверки остаточных знаний

1. Сроки проведения процедуры оценивания: по графику деканата.
2. Сбор, обработка и оценивание результатов поститогового контроля проводится преподавателем по распоряжению деканата.
3. Предъявление результатов оценивания осуществляется в течение недели после проведения контрольного мероприятия, оформляется в виде отчета и хранится в деканате в течение всего срока обучения обучающегося.