МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
(НГУАДИ им. А.Д.Крячкова)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по ОиМД
_____ И.В. Рязанцева
"18" декабря 2020г.

РПД одобрена
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 80 от 18.12.2020

УПРАВЛЕНИЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ДИЗАЙНЕ (МОДУЛЬ)

Брендинг и мерчендайзинг в дизайне

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	**Дизайн костюма и индустрия моды**
Учебный план	54.04.01_2021_МагДизайн_ОЗ.plx
Направление подготовки	54.04.01 Дизайн
Профиль	дизайн и продвижение продукта
Квалификация	**магистр**
Форма обучения	**очно-заочная**
Общая трудоемкость	**1 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 36
в том числе:
аудиторные занятия 16
самостоятельная работа 20

Виды контроля в семестрах:

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Недель	15 5/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	20	20	20	20
Итого	36	36	36	36

Программу составил(и):
канд. экон. наук, доцент, Рязанцева И.В. _____

Рецензент(ы):
к.т.н., Зав. каф., Долматова Е.П. _____

Рабочая программа дисциплины
Брендинг и мерчендайзинг в дизайне

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1004)

составлена на основании учебного плана:
Направление 54.04.01 Дизайн
утвержденного учёным советом вуза от 18.12.2020 протокол № 80.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Дизайн костюма и индустрия моды

Протокол от 18.09.2020 г. № 02
Срок действия программы: 2021-2023 уч.г.

Зав. кафедрой _____ Е.П. Долматова

Согласовано:

Декан факультета _____ И.В. Матвеева

Заведующий НТБ _____ Н.А.Патрушева

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Основной целью изучения дисциплины "Брендинг и мерчендайзинг в дизайне" является формирование у обучающихся комплекса компетенций для использования современных методов разработки и внедрения концепции бренда для решения стратегических задач компании.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.03
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Концепции и технологии инсталляций
2.1.2	Технологии дизайна костюма и индустрии моды (модуль по выбору)
2.1.3	Технологии дизайна объектов социального значения
2.1.4	Технологии коммуникационного дизайна (модуль по выбору)
2.1.5	Технологии промышленного дизайна (модуль по выбору)
2.1.6	Формирование тенденций в дизайне
2.1.7	Локации дизайна в индустрии моды
2.1.8	Мировые центры дизайна
2.1.9	Современный профессиональный дизайн (модуль)
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Производственная практика. Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-4: Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу	
Знать:	
Уровень 1	Современные методы организации художественных выставок с целью пробвижения бренда
Уметь:	
Уровень 1	Организовывать мероприятия с целью пробвижения бренда
Владеть:	
Уровень 1	Навыками участия и организации мероприятий с целью продвижения бренда и привлечения клиентов

УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
Знать:	
Уровень 1	Способы реализации творческого потенциала при разработке моделей бренда
Уметь:	
Уровень 1	Использовать методы создания брифа и понимание отношения потребителей к бренду в управлении бизнес-процессами компании

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	УК-6.1.1 Стратегии самоорганизации и самоуправления системо-деятельностного характера, способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки
3.1.2	ОПК-4.1.1 Современные методы организации художественных выставок, конкурсов, фестивалей, инновационные художественно-творческие мероприятий, презентаций, инсталляций
3.2	**Уметь:**
3.2.1	УК-6.2.1 Определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
3.2.2	ОПК-4.2.1 Организовать, провести и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разработать и реализовать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу

3.3	**Владеть:**
3.3.1	ОПК-4.3.1 Способами организации, проведения и участия в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; навыком разработки и реализации инновационных художественно-творческих мероприятий, презентаций, инсталляций

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Бренд, его категории и оценка					
1.1	Оценка бренда /Пр/	3	2	УК-6 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1	
1.2	Составление брифа /Пр/	3	2	УК-6 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1	
	Раздел 2. Особенности восприятия бренда					
2.1	Портреты потребителейАрхетипы в брендинге /Пр/	3	2	УК-6 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1	
2.2	Ролевая модель в бренде /Пр/	3	2	УК-6 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1	
	Раздел 3. Услуги рекламных агентств по продвижению бренда					
3.1	Подготовка рекламных объявлений /Пр/	3	2	УК-6 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1	
3.2	Product placement: достоинства и недостатки.Признаки конкурентоспособной компании /Пр/	3	2	УК-6 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1	
	Раздел 4. Мерчендайзинг в дизайне					
4.1	Искусство визуального мерчендайзинга. Особенности презентации /Пр/	3	2	УК-6 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
4.2	Витринистика /Пр/	3	2	УК-6 ОПК-4	Л2.3 Э1	
	Раздел 5. Самостоятельная работа по курсу					
5.1	Самостоятельная работа по дисциплине /Ср/	3	20	УК-6 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

См. приложение 1 к рабочей программе модуля «Управление и предпринимательство в дизайне»

5.2. Темы письменных работ

См. приложение 1 к рабочей программе модуля «Управление и предпринимательство в дизайне»

5.3. Фонд оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе модуля «Управление и предпринимательство в дизайне»

5.4. Перечень видов оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе модуля «Управление и предпринимательство в дизайне»

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Пигулевский В. О., Стефаненко А. Ф.	История дизайна. Вещи и бренды: Учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2018
Л1.2	Бондарская О. В.	Формирование бренда предприятия: Учебное пособие	Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017
Л1.3	Сайкин Е. А.	Основы брендинга: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Семенчук В.	101 способ раскрутки личного бренда: Как сделать себе имя	Москва: Альпина Паблишер, 2019
Л2.2	Дробо Кевин, Орлова Ю.	Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности	Москва: Альпина Бизнес Букс, 2019
Л2.3	Таборова А. Г.	Умный мерчандайзинг: Практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне» - https://portal.nsuada.ru		
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/		
7.3.2.2	Elibrary.ry: научная электронная библиотека– Режим доступа: https://elibrary.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания обучающимся при подготовке к практическим занятиям.
Планы практических занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по дисциплине. Подготовка студентов к практическому занятию включает 2 этапа:
1) организационный;
2) закрепление и углубление теоретических знаний.
На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:
- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.
Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.
Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.
Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.
На практическом занятии каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и

мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам.
Методические указания обучающимся при подготовке к контрольной работе.
Контрольная работа – самостоятельный труд студента, который способствует углублённому изучению пройденного материала.
Основные задачи выполняемой работы:
1.закрепление полученных ранее теоретических знаний;
2.выработка навыков самостоятельной работы;
3.выяснение подготовленности студента к будущей практической работе;
Подготовку контрольной работы следует начинать с повторения учебного материала.
В процессе работы над первоисточниками целесообразно делать записи, выписки абзацев, цитат, относящихся к избранной теме. Кроме рекомендованной специальной литературы, можно использовать любую дополнительную литературу, которая необходима для работы.
Методические указания обучающимся для организации самостоятельной работы
Успешное освоение компетенций, формируемых данной учебной дисциплиной, предполагает оптимальное использование времени самостоятельной работы.Основной формой самостоятельной работы обучающихся является изучение учебного материала, его дополнение рекомендованной литературой, активное участие на практических занятиях. Самостоятельная работа во внеаудиторное время состоит из:
• повторения учебного материала;
• подготовки к практическим занятиям работам;
• изучения учебно-методической и научной литературы;
• проведения самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах дисциплины задач, тестов.
Указания по работе с литературой
Целесообразно начать с изучения основной литературы в части учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу учебной литературы, находящейся в современных профессиональных базах данных, информационных справочных системах, электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ, в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой дисциплины.
При работе с литературой важно уметь:
• сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
• обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
• работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
• пользоваться реферативными и справочными материалами;
• обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим обучающимся.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ АРХИТЕКТУРЫ,
ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ ИМЕНИ А.Д. КРЯЧКОВА»
(НГУАДИ)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе модуля
Управление и предпринимательство в дизайне

Учебный план: 54.04.01_2021_МагДизайн_ОЗ.
Направление подготовки (специальность): 54.04.01 Дизайн. Дизайн и продвижение продукта

Перечень дисциплин, входящих в модуль:

Код	Наименование дисциплины	Семестр
Б1.Б.03.01	Интернет маркетинг	2
Б1.Б.03.02	Брендинг и мерчендайзинг в дизайне	2
Б1.Б.03.03	Кросс-культурный менеджмент	2
Б1.Б.03.04	Трудовое законодательство и охрана труда	2
Б1.Б.03.05	Авторское право	2
Б1.Б.03.06(К)	*Экзамен по модулю "Управление и предпринимательство в дизайне"*	2

1. **1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по модулю**

Таблица 1

Код компе-тенций	**Оценочные средства**	**Не сформирован 0-30 баллов (неудовлетворительно)**	**Пороговый уровень 31-50 балл (удовлетворительно)**	**Базовый уровень 51-81 балл (хорошо)**	**Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично)**
ОПК-3, ОПК-2 ОПК-4 ПК-2 УК-2 УК-6 УК-4 УК-5 УК-3	Контрольная работа	Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

2.1 Текущий контроль успеваемости по темам и разделам дисциплины «Итернет маркетинг»

Вопросы для подготовки к собеседованию.

1. Виды интернет-маркетинга
2. Различия традиционной и электронной коммерции
3. Роль поисковых систем в электронной коммерции ипродвижении сайтов
4. Критерии эффективности онлайновых коммуникаций
5. Типы запросов посетителей сайтов
6. Задачи тестовой рекламной кампании
7. Виды реакций интернет-аудитории
8. Структура и функции канала продаж через Интернет
9. Современные виды продвижения в Интернет
10. Возможности и преимущества контекстной рекламы

Задание 1. Оценка инфоспроса

Используя сервис «Подбор слов» Директ.Яндекс определите инфоспрос по фразе «услуги дизайнера»:

Количество запросов (инфоспрос) фразы «услуги дизайнера» за последние 30 дней.

Пройдите по ссылке «По месяцам» и определите динамику инфоспроса за последние 24 месяца.

Определите: как менялся инфоспрос с течением времени.

Сделайте выводы.

Задание 2. Прогнозирование инфоспроса

Используя динамику инфоспроса по продающим запросам (задание1) выявите регулярные существенные изменения и сделайте прогноз инфоспроса на следующий месяц.

Задание 3. Предварительная оценка бюджета рекламной кампании

Используя сервис «Оценка бюджета» Яндекс.Директ оцените бюджет по 10 фразам «продающего инфоспроса» на тему «услуги дизайнера».

2.2 Текущий контроль успеваемости по темам и разделам дисциплины «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне»

Вопросы для подготовки к собеседованию.

1. Что означают торговые марки лично для вас? Каким торговым маркам вы отдаете предпочтение, почему? Попытайтесь выяснить, чем отличается ваше восприятие марок от восприятия других людей.
2. Какие фирмы имеют самые сильные торговые марки? Почему? Аргументируйте свой ответ.
3. Как выдумаете, есть ли нечто, что нельзя сделать торговой маркой? В каждой из предлагаемых категорий (услуги, компании розничной торговли и дистрибьюторы,

люди и организации, спорт, искусство и развлечения) выберите какой-либо новый пример и опишите предполагаемую торговую марку.

4. Что вы думаете по поводу новых проблем и возможностей брэндинга? Можете ли вы расширить этот перечень?
5. Можете ли представить себя торговой маркой? Как бы вы занимались «самораскруткой»?
6. Опишите известный вам бренд по следующей схеме:

- атрибуты бренда;
- уровни качества;
- основные ассоциации;
- обещание бренда.

7. Выбрать компанию-конгламерат, как бренд и определить его архитектуру.
8. Подготовить российские примеры:

- корпоративного бренда;
- многотоварного зонтичного бренда;
- товарного индивидуального бренда;
- бренда-драйвера;
- бренда-эндорсера.

9. Архитектура – это взаимоотношения между различными уровнями бренда, которые соответствуют стратегическим целям компании и гарантируют сохранение и передачу марочного капитала. Определите архитектуру следующего бренда **General Motors Chevrolet Lumina Sports Coupe** по следующим 4-м составляющим:

- корпоративный бренд;
- зонтичный бренд;
- товарный бренд;
- суб-бренд.

10. Бренд-драйвер - это бренды, которые определяют решение о покупке товара, их идентификация соответствует основным ожиданиям потребителя, их ценность определяет потребительские выгоды от покупки и использования товара. Бренд – эндорсер - бренды, поддерживающие и повышающие доверие к драйверам. Определите, какие из приведенных ниже брендов являются драйверами, а какие эндорсерами.

- BMW 5 Series;
- Gillette Sensor;
- 3M Post-Its;

- IBM ThinkPad.

2.3 Текущий контроль успеваемости по темам и разделам дисциплины «Кросс-культурный менеджмент»

1 Темы для подготовки к собеседованию.

11. Основные вопросы кросс-культурного менеджмента
12. Этапы становления кросс-культурного менеджмента
13. Теории культур
14. Классификация культур
15. Определение корпоративной культуры
16. Функции корпоративной культуры
17. Специфика поведения и деятельности представителей разных культурных групп
18. Кросс-культурные конфликты
19. Взаимовлияние языка и деловой культуры
20. Общекультурные коммуникативные особенности разных культурных групп

Кейс задачи

Кейс-задача 1

В формате дискуссии обсудите и аргументируйте, чем отличается культура от некультуры. Чем отличаются между собой понятия культура и цивилизация. Почему мы используем в названии понятие «межкультурная», а не межцивилизационная коммуникация? Как, по-вашему мнению, было бы корректнее?

Кейс-задача 2

Выскажите мнение, чем отличаются понятия «культура», «кросс-культура», «интеркультура».

Кейс-задача е 3

Опишите существующие подходы к соотношению языка и культуры. Согласны ли вы с гипотезой лингвистической относительности?

Кейс-задача 4

Попытайтесь графически изобразить модели времени (выраженные в языке) в разных культурных группах.

Кейс-задача 5

Проанализируйте свой личный опыт: приходилось ли вам когда-либо неверно интерпретировать жесты иностранцев? Что на самом деле они означали? Для чего необходимо знать и понимать особенности невербального поведения представителей тех или иных культур?

Кейс-задача 6

Как связаны особенности выражения эмоций и специфика невербального поведения в разных культурных группах?

Кейс-задача 7

Проведите параллель по каждой культурной группе: особенности языковой картины мира — особенности когнитивной картины миры — национальная ментальность и психология — общие особенности поведения деятельности — что нам это дает в понимании основ кросс-культурного менеджмента.

Кейс-задача 8

Расспросите своих знакомых о том, какие стереотипы им известны немцах и Германии. Сравните их с той информацией, которая вам известна. Проанализируйте результаты. Составьте свой список стереотипных немецкоязычных концептов.

Кейс-задача 9

Проанализируйте свое поведение при общении с соотечественниками представителями других культур. Есть ли какие-нибудь отличия в поведении? Если да, то как вы можете это объяснить?

Кейс-задача 10

Подумайте, какие жесты в русской культуре можно отнести к исконным, какие — к заимствованным, какие жесты являются детскими, а какие — взрослыми, какие можно считать мужскими, а какие — женскими.

2.4 Текущий контроль успеваемости по темам и разделам дисциплины «Трудовое законодательство и охрана труда»

Контрольная работа – «Составить трудовой/гражданско-правовой договор»

2.5 Текущий контроль успеваемости по темам и разделам дисциплины «Авторское право»

Контрольная работа – Выполнение письменной работы по теме, представленной преподавателем. Объем работы обсуждается с преподавателем.

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

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Контрольная работа считается *не выполненной*, студент не выполнил или выполнил неправильно задания практической работы работы, ответил на вопросы с существенными ошибками или не ответил на вопросы, оценка : «неудовлетворительно».

Работа считается выполненной на *пороговом уровне,* если все задания практической работы выполнены с существенными замечаниями, студент ответил на все вопросы с замечаниями, оценка *:«удовлетворительно»*.

Работа считается выполненной на *базовом уровне*, если выполнены все задания практической работы с незначительными замечаниями, студент ответил на все вопросы с замечаниями, оценка: «хорошо».

Работа считается выполненной на *продвинутом* уровне, если достигнуты все поставленные цели практической работы , студент четко и без ошибок ответил на все вопросы, оценка *: «отлично»*.

Экзамен выставляется по результатам текущего котроля (средний балл по итогам текущего контроля успеваемости).