

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Таскаев Сергей Владимирович
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 03.08.2026 12:42:58
 Уникальный программный ключ:
 04c19ed8bf098f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 1 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

К.М.01.07 «Социология культуры» (научный семинар)

Направление подготовки (специальность)
39.03.01 Социология

Направленность (профиль)
Социология маркетинга и рекламы

Присваиваемая квалификация
бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2026

Челябинск, 2026г.

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 2 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

39.03.01 Социология

**направленность (профиль) Социология маркетинга и рекламы,
фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине
«К.М.01.07 «Социология культуры» (научный семинар),
2026 год набора, очная форма обучения:**

Утвержден:

Проректор по учебной работе утверждено 27.02.2026

А.А. Саламатов

Согласован:

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания от «24» февраля 2026 г. №11

Председатель Ученого совета

Факультета экономики и управления

согласовано

А.А. Егорова

Заседанием кафедры социальной работы и социологии

Протокол заседания от «13» февраля 2026 г. № 7

Заведующий кафедрой согласовано

Л.Б. Владыкина

Автор (составитель)

С.В. Одяков

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27.09.2022 г. № 573-1 «Об утверждении шаблонов документов».

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 3 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Содержание

1.	Паспорт фонда оценочных средств	4
2.	Перечень формируемых компетенций	4
2.1.	Компетенции, закреплённые за дисциплиной	4
3.	Содержание оценочных средств по дисциплине	4
3.1	. Виды оценочных средств	4
3.2.	Содержание оценочных средств	5
4.	Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации	13
4.1.	Порядок проведения промежуточной аттестации	13
4.2.	Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств	13
4.3.	Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.	15

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 4 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. Паспорт фонда оценочных средств

Направление подготовки (специальности) 39.03.01 Социология
 Направленность (профиль) Социология маркетинга и рекламы
 Дисциплина К.М.01.07 «Социология культуры» (научный семинар)
 Семестр(ы) изучения: семестр № 7
 Форма (ы) промежуточной аттестации: зачет

2. Перечень формируемых компетенций

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины К.М.01.07 «Социология культуры» (научный семинар) направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенций согласно ОПОП ВО	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК 1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК 1.1. Выполняет поиск информации, определяет критерии системного анализа поставленных задач УК-1.2. Использует критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач	Знает - методы поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач. - приемы критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач. Умеет - выполнять поиск информации, определять критерии системного анализа поставленных задач. - использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач. Владеет - поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач. - критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач.

3. Содержание оценочных средств по дисциплине

3.1 Виды оценочных средств

Код,	Перечень	Контролируемые	Сем	Но	Наименова
------	----------	----------------	-----	----	-----------

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 5 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

наименование компетенции согласно ФГОС	планируемых результатов обучения по дисциплине	темы/ разделы (номер и название раздела из РПД п.2.2)	эстр	мер задания	ние оценочного средства
УК 1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Знает критерии системного анализа в профессиональной деятельности с использованием математических методов. Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации и применять системный подход для решения поставленных задач в профессиональной деятельности с использованием математических методов. Владеет навыками поиска информации для решения поставленных задач в профессиональной деятельности с использованием математических методов.	Раздел 1. Социокультурная система общества	7	1	Задание 1 тест
	УК-1.2 Знает приемы критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач. Умеет использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач. Владеет навыками критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач.	Раздел 2. Культурная стратификация и мобильность	7	2	Задание 2 Доклад с презентацией

3.2 Содержание оценочных средств

Задание 1. Тест

Выбор одного правильного ответа (вопросы 1–15)

- Что такое социокультурная система?
 - совокупность экономических отношений в обществе;
 - комплекс взаимосвязанных социальных институтов и культурных норм;

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 6 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- в) политическая структура государства;
 г) система природных ресурсов региона.
Ответ: б.
2. Какой элемент НЕ относится к культурным компонентам социокультурной системы?
 а) ценности;
 б) традиции;
 в) социальные статусы;
 г) символы.
Ответ: в.
3. Что такое социальная норма?
 а) закон, принятый парламентом;
 б) общепринятое правило поведения в обществе;
 в) природное явление;
 г) биологический инстинкт.
Ответ: б.
4. Какой институт является основным агентом первичной социализации?
 а) государство;
 б) семья;
 в) СМИ;
 г) экономика.
Ответ: б.
5. Что означает термин «аккультурация»?
 а) полное отвержение чужой культуры;
 б) процесс усвоения элементов другой культуры;
 в) создание новой культуры с нуля;
 г) исчезновение культуры.
Ответ: б.
6. Что такое социальный институт?
 а) здание, где работают чиновники;
 б) устойчивая форма организации совместной деятельности людей;
 в) группа друзей;
 г) природное сообщество.
Ответ: б.
7. Какой из перечисленных институтов относится к культурным?
 а) армия;
 б) образование;
 в) полиция;
 г) биржа.
Ответ: б.
8. Что такое культурный код?
 а) секретный шифр спецслужб;
 б) система символов и значений, передающих культурные смыслы;
 в) компьютерный код;
 г) генетический код человека.
Ответ: б.
9. Что такое социализация?
 а) процесс получения высшего образования;
 б) усвоение индивидом социальных норм и культурных ценностей;
 в) участие в политических выборах;
 г) переезд в другой город.
Ответ: б.
10. Что такое субкультура?
 а) культура, полностью отрицающая доминирующую культуру;

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 7 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- б) часть общей культуры, имеющая свои особенности в рамках общества;
- в) культура первобытных народов;
- г) официальная государственная культура.

Ответ: б.

11. Что такое культурная диффузия?

- а) исчезновение культуры;
- б) взаимное проникновение культурных элементов между обществами;
- в) создание новых культурных норм;
- г) запрет на культурные контакты.

Ответ: б.

12. Что такое ценности в социокультурной системе?

- а) цены на товары;
- б) значимые для общества идеи и принципы;
- в) банковские счета;
- г) природные богатства.

Ответ: б.

13. Что такое традиция?

- а) новое изобретение;
- б) исторически сложившаяся и передаваемая из поколения в поколение норма или обычай;
- в) научный эксперимент;
- г) политический лозунг.

Ответ: б.

14. Что такое идентичность в социокультурном контексте?

- а) паспорт гражданина;
- б) осознание человеком своей принадлежности к определённой культурной группе;
- в) банковская карта;
- г) медицинская страховка.

Ответ: б.

15. Что такое культурный конфликт?

- а) спор о ценах на произведения искусства;
- б) столкновение различных культурных ценностей и норм;
- в) соревнование между художниками;
- г) выставка современного искусства.

Ответ: б.

Выбор нескольких правильных ответов (вопросы 16–20)

16. Какие институты относятся к социальным институтам? (выберите 3 варианта)

- а) семья;
- б) религия;
- в) погода;
- г) образование;
- д) гравитация.

Ответы: а, б, г.

17. Какие элементы входят в структуру культуры? (выберите 3 варианта)

- а) язык;
- б) технологии;
- в) законы физики;
- г) искусство;
- д) математические формулы.

Ответы: а, б, г.

18. Какие процессы относятся к социокультурной динамике? (выберите 3 варианта)

- а) культурная диффузия;

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 8 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- б) социализация;
- в) фотосинтез;
- г) аккультурация;
- д) кристаллизация.

Ответы: а, б, г.

19. Какие факторы влияют на формирование культурной идентичности? (выберите 3 варианта)

- а) язык;
- б) цвет волос;
- в) религия;
- г) традиции;
- д) группа крови.

Ответы: а, в, г.

20. Какие виды норм существуют в обществе? (выберите 3 варианта)

- а) правовые;
- б) моральные;
- в) химические;
- г) эстетические;
- д) астрономические.

Ответы: а, б, г.

Соотнесение понятий и определений (вопросы 21–25)

21. Соотнесите понятия и их определения:

Понятие	Определение
1. Социализация	А. Усвоение элементов другой культуры
2. Аккультурация	Б. Процесс усвоения социальных норм и ценностей
3. Культурная диффузия	В. Взаимное проникновение культурных элементов
4. Идентичность	Г. Осознание принадлежности к культурной группе

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г.

22. Соотнесите типы социальных институтов и примеры:

Тип института	Пример
1. Экономические	А. Школа, университет

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 9 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Тип института	Пример
2. Политические	Б. Банк, рынок
3. Образовательные	В. Правительство, парламент
4. Религиозные	Г. Церковь, мечеть

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г.

23. Соотнесите элементы культуры и их примеры:

Элемент культуры	Пример
1. Символы	А. «Не укради»
2. Ценности	Б. Флаг, герб
3. Нормы	В. Честность, справедливость
4. Традиции	Г. Празднование Нового года

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г.

24. Соотнесите процессы и их характеристики:

Процесс	Характеристика
1. Ассимиляция	А. Частичное усвоение чужой культуры с сохранением своей
2. Интеграция	Б. Полное растворение одной культуры в другой
3. Сегрегация	В. Объединение разных культур с сохранением особенностей

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».	
Версия документа - 1	стр. 10 из 15 Первый экземпляр _____ КОПИЯ № _____

Процесс	Характеристика
4. Маргинализация	Г. Изоляция культур друг от друга

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-Г, 4-А.

25. Соотнесите виды идентичности и их проявления:

Вид идентичности	Проявление
1. Этническая	А. Принадлежность к профессии
2. Гражданская	Б. Осознание себя частью нации
3. Профессиональная	В. Чувство принадлежности к стране
4. Гендерная	Г. Осознание своей половой принадлежности

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г.

Открытые вопросы (вопросы 26–28)

26. Объясните, что такое социокультурная система и приведите три примера её компонентов.

Ответ: Социокультурная система —

это комплекс взаимосвязанных социальных институтов, культурных норм, ценностей и традиций, о беспечивающих функционирование общества.

Примеры компонентов: семья, образование, религия.

27. Опишите процесс социализации и назовите три агента социализации.

Ответ: Социализация —

процесс усвоения индивидом социальных норм, ценностей, навыков и знаний, необходимых для успешного функционирования в обществе.

Агенты социализации: семья, школа, СМИ.

28. Проанализируйте, как глобализация влияет на социокультурные системы разных стран. Приведите два положительных и два отрицательных последствия.

Ответ:

- Положительные: обмен культурными достижениями, расширение возможностей для образования и карьеры.
- Отрицательные: унификация культур, угроза исчезновения локальных традиций.

Задание 2

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 11 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Доклад с презентацией

Темы докладов

1. **«Культурная стратификация как отражение социальной иерархии: механизмы формирования»**
 - Анализ взаимосвязи социальной и культурной стратификации.
 - Критерии культурной дифференциации (образование, вкусы, доступ к культурным благам).
 - Роль культурного капитала (по П. Бурдьё) в воспроизводстве социальных позиций.
2. **«Типы культурной стратификации в современном обществе: элитарная, массовая, народная культура»**
 - Сравнительная характеристика трёх уровней культурной стратификации.
 - Взаимодействие и конфликты между разными типами культур.
 - Примеры из современной культурной практики (кино, музыка, литература).
3. **«Культурный капитал и его роль в социальной мобильности»**
 - Концепция культурного капитала Пьера Бурдьё: виды и функции.
 - Как образование, воспитание и вкусы влияют на карьерный рост и социальный статус.
 - Эмпирические исследования связи культурного капитала и мобильности.
4. **«Каналы культурной мобильности: образование, искусство, СМИ»**
 - Образование как основной институт культурной трансмиссии и мобильности.
 - Влияние искусства и творческих профессий на изменение культурного статуса.
 - Роль СМИ и интернета в распространении культурных кодов и возможностей для мобильности.
5. **«Культурная мобильность в условиях глобализации: вызовы и возможности»**
 - Глобализация как фактор размывания традиционных культурных границ.
 - Трансграничная культурная мобильность: миграция, транснациональные сообщества.
 - Риски культурной гомогенизации и стратегии сохранения локальной идентичности.
6. **«Молодёжные субкультуры как пространство культурной мобильности»**
 - Субкультуры как альтернативные каналы социального продвижения.
 - Символические ресурсы субкультур (стиль, язык, практики).
 - Примеры: хип-хоп культура, геймеры, экоктивисты и их влияние на культурный статус участников.
7. **«Гендерные аспекты культурной стратификации и мобильности»**
 - Гендерные нормы и их влияние на доступ к культурному капиталу.
 - Различия в образовательных и профессиональных траекториях мужчин и женщин.
 - Женщины в элитарной культуре: барьеры и успешные стратегии продвижения.
8. **«Этническая стратификация и культурная мобильность в поликультурном обществе»**
 - Этнические меньшинства и их положение в культурной иерархии.
 - Механизмы культурной интеграции и ассимиляции.
 - Кейс-стади: опыт мультикультурных стран (Канада, США, Россия) в обеспечении культурной мобильности мигрантов.
9. **«Цифровая культура и новые формы культурной стратификации»**
 - Цифровая грамотность как новый критерий культурного неравенства.
 - Социальные сети и платформы как каналы культурной мобильности.
 - Феномен инфлюенсеров: как цифровая популярность конвертируется в культурный и социальный капитал.
10. **«Государственная политика и культурная мобильность: поддержка или ограничение?»**
 - Культурная политика государства: программы доступности образования и искусства.
 - Институты культурной поддержки (гранты, стипендии, музеи, библиотеки).
 - Анализ российской и зарубежной практики: как политика влияет на шансы разных социальных групп в культурной мобильности.

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 12 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Вопросы для зачета

- 1 Место социологии культуры в системе социологического знания.
2. Социокультурные концепции российской социологии.
3. Проблемы культуры в творчестве П.А. Сорокина.
4. Социокультурные концепции западноевропейской социологии.
5. Социология культуры: объект, предмет, особенности изучения.
6. Глобальные парадигмы культуры. Классификация определений культуры.
7. Антиномии культуры. Структура и функции культуры.
8. Содержание, характерные черты и особенности типов культуры.
9. Понятие «социальный институт культуры».
10. Виды и функции социальных институтов культуры.
11. Массовая культура: сущность, особенности, тенденции.
12. Массовая культура и современное информационное общество.
13. Уровни массовой культуры: медиакultura, клиповая культура, китч.
14. Понятие и сущность элитарной культуры.
15. Понятие и элементы культурной коммуникации.
16. Виды культурной коммуникации.
17. Произведение как ценность. Виды продуктов творческой деятельности.
18. Специфика духовного потребления.
19. Понятие «культурный шок» и факторы его формирования.
20. Направления социологических исследований культурной коммуникации и социокультурного взаимодействия.
21. Культурная среда: понятие, виды, элементы.
22. Методы социологического исследования культурной среды.
23. Понятие субкультуры в зарубежной и отечественной социологии.
24. Референтная и «порождающая» субкультурная общность: специфика, отличие.
25. Виды и элементы субкультур.
26. Субкультура, контркультура, антикультура (девиантная культура): общее и особенное.
27. Роль контркультуры в формировании официальной культуры общества.
28. Функции субкультурной стратификации.
29. Взаимоотношения науки и культуры.
30. Социология науки как исследовательское направление социологии культуры.
31. Социокультурный контекст развития социологии науки в России и на Западе.
32. Функции науки как социального института.
33. Научная парадигма.
34. Показатели эффективности научной продукции.
35. Понятие, классификация и функции научного сообщества.
36. Объекты и методы социологического изучения науки.
37. Взаимоотношение образования и культуры.
38. Социология образования как исследовательское направление.
39. Развитие социологии образования в России и за рубежом.
40. Предпосылки и исторические факторы становления образования как сферы духовной жизни и социального института.
41. Профессионализация и образование.
42. Функции образования.
43. Структура и система образования в России: существующие противоречия, тенденции и задачи ее развития.
44. Основные направления и методы социокультурных исследований системы образования.
45. Сущность и содержание регионального культурно-образовательного пространства: субъекты, структурные компоненты.
46. Культурная политика в регионе: векторы развития.
47. Сущность и содержание эстетической культуры личности.
48. Эстетическая культура личности: формы и методы формирования.

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 13 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

49. Сущность и основные функции социологии искусства.
50. Базисные вопросы и направления исследований художественной культуры и искусства.
51. Понятие социального института культуры. Институционализация как механизм формирования социальных институтов художественной культуры.
52. Виды и функции социальных институтов художественной культуры.
53. Сущность и структура культурной политики.
54. Генезис и эволюция государственной политики в сфере культуры: основные этапы и их специфика.
55. Модели культурной политики: сущность основные этапы и особенности использования.
56. Характеристика и анализ проблем культуры России (современное состояние, перспективы развития).
57. Понятие и сущность глобализации и ее социокультурные последствия.
58. Понятия и сущность «информационное» общество и «трансформация» в культуре.
59. Направления исследований по изучению современной социокультурной ситуации в России

4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Формой аттестации студентов после освоения дисциплины является зачет. Зачет выставляется студентам, выполнившим все практические работы, сдавшие тестовые задания, письменные работы.

В случае организации сессии в дистанционной форме предусмотрена сдача экзамена в виде тестирования в системе электронного обучения MOODLE.

Зачетный тест включает 40 тестовых заданий различного типа. На выполнение тестовых заданий по промежуточной аттестации студенту выделяется 60 минут (1,5 минуты на задание).

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Дополнительные материалы и оборудование

При выполнении заданий промежуточной аттестации экзаменуемый имеет право пользоваться: *например*

- *орфографическим словарём,*
- *калькулятором,*

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

Ключи и критерии к оцениванию задания

№ задан ия	Верный ответ	Критерии
1	Тест задания 1 оценивается преподавателем в индивидуальном	Критерии оценивания теста 1 Выбор одного правильного ответа (вопросы 1–

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».	
Версия документа - 1	стр. 14 из 15 Первый экземпляр _____ КОПИЯ № _____

	порядке по критериям оценки	15): 1 балл за каждый правильный ответ. Максимум — 15 Выбор нескольких правильных ответов (вопросы 16–20): 3 балл за каждый правильный ответ. Максимум — 15 Соотнесение понятий и определений (вопросы 21–25): 4 балла за каждый правильный ответ. Максимум — 20 Открытые вопросы (вопросы 26–28) 10 балл за каждый правильный ответ. Максимум — 30
2	Доклад оценивается преподавателем в индивидуальном порядке по критериям оценки	Критерии оценивания докладов Соответствие теме и полнота раскрытия (максимум 3 балла): тема раскрыта полностью, все ключевые аспекты рассмотрены; материал соответствует заявленной теме, нет отклонений в сторону. Научная обоснованность и актуальность (максимум 3 балла): использованы актуальные источники (не старше 5 лет); приведены теоретические концепции и модели; данные подкреплены исследованиями, статистикой, кейсами. Практическая значимость (максимум 2 балла): в докладе есть примеры реального применения рассматриваемых методов/технологий; предложены рекомендации для бизнеса или указаны перспективы развития. Структура и логика изложения (максимум 2 балла): доклад имеет чёткую структуру (введение, основная часть, заключение); мысли изложены последовательно, без логических противоречий. Качество оформления и цитирования (максимум 2 балла): соблюдены требования к оформлению (шрифт, поля, нумерация); корректно оформлены цитаты и список литературы (ГОСТ или APA/MLA). Презентация и защита (максимум 3 балла): наглядные материалы (слайды, графики, таблицы) помогают раскрыть тему; докладчик уверенно владеет материалом, отвечает на вопросы. Максимальная общая оценка: 15 баллов.
	Ответ на зачете оценивается преподавателем в индивидуальном порядке по критериям оценки	Зачтено: дан развёрнутый, логически выстроенный ответ; использованы термины корректно;

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Социология культуры» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 15 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		приведены примеры/кейсы; раскрыты причинно-следственные связи; ответ полный, но есть неточности или недостаёт примера; логика сохранена; раскрыты основные тезисы, но отсутствуют детали или примеры; есть 2–3 незначительные ошибки. Не зачтено ответ фрагментарный; ключевые понятия перепутаны; примеры отсутствуют, поверхностное понимание темы; ответ состоит из общих фраз.
--	--	---

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично и предполагает формирование компетенций на высоком уровне: обучающийся отлично знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно изъясняется с использованием точных терминов и названий. Практически не допускает ошибок

2. Средний уровень соответствует оценке хорошо и предполагает формирование компетенций на среднем уровне: обучающийся хорошо знает материал умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно изъясняется с использованием точных терминов и названий. Допускает незначительные ошибки.

3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно и предполагает формирование компетенций на начальном уровне: обучающийся знаком с материалом, владеет достаточным для высказываний лексическим запасом. Допускает фактические ошибки, не оперирует лексическим запасом по теме.

4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно обучающийся не знает основных положений вопроса, не ориентируется в основных понятиях, излагает материал с трудом, с грубыми фактическими ошибками, либо отказывается от ответов на вопросы.