

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Таскаев Сергей Владимирович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.08.2026 12:42:59  
Уникальный программный ключ:  
04c19ed8bf98631b6cb77c486ba8788b8333333



МИНОБРАЗОВАНИЯ 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 «Производственная практика (проектно-технологическая практика)» по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ». |              |                        |               |
| Версия документа - 1                                                                                                                                                                                                                                         | стр. 1 из 19 | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

**Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)**

**Б2.О.02.01(П) Производственная практика  
(проектно-технологическая практика)**

Направление подготовки (специальность)

39.03.01 Социология

Направленность (профиль)

Социология маркетинга и рекламы

Присваиваемая квалификация  
бакалавр

Форма обучения  
очная

Год набора 2026

Челябинск, 2026 г.

|                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                              | МИНОБРНАУКИ России<br>Федеральное государственное бюджетное<br>образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Факультет экономики и управления |
| Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ». |                                                                                                                                                                                                                   |
| Версия документа - 1                                                                                                                                                                                                                                          | стр. 2 из 19 <div style="display: inline-block; width: 150px; border-bottom: 1px solid black; margin: 0 10px;"></div> КОПИЯ № _____                                                                               |

### **39.03.01 Социология, направленность (профиль) Социология маркетинга и рекламы**

#### **фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине Б2.О.02.01(П) Производственная практика (проектно-технологическая практика), 2026 год набора, очная форма обучения:**

Утвержден:

Проректор по учебной работе утверждено \_\_\_\_\_ 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

Автор (составитель)

Л.Б. Владыкина

Е.Ф. Павленко

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<br>Федеральное государственное бюджетное<br>образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Факультет экономики и управления                                             |                        |               |
|                                                                                   | Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ». |                        |               |
| Версия документа - 1                                                              | стр. 3 из 19                                                                                                                                                                                                                                                  | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

## Содержание

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

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |              |                        |               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------------------|---------------|
|  МИНОБРНАУКИ России<br>Федеральное государственное бюджетное<br>образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Факультет экономики и управления |              |                        |               |
| Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».                                       |              |                        |               |
| Версия документа - 1                                                                                                                                                                                                                                                                                | стр. 4 из 19 | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

Направление подготовки (специальности) 39.03.01 Социология  
 Направленность (профиль) Социология маркетинга и рекламы  
 Дисциплина Б2.О.02.01(П) Производственная практика (проектно-технологическая практика)  
 Семестр(ы) изучения: семестр № 7  
 Форма (ы) промежуточной аттестации: зачет с оценкой

## 2. Перечень формируемых компетенций

### 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины Б2.О.02.01(П) Производственная практика (проектно-технологическая практика) 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-2<br>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. | УК-2.1<br>Демонстрирует знание теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами.                                                                                                    | Знать:<br>- теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами при прохождении практики;<br>- способы решения задач в рамках цели проекта, аргументирует их выбор и ограничения, опираясь на структуру общества, организаций (предприятий, учреждений), выступающих базой для практики;<br>- опираясь на толерантность в межкультурной коммуникации, подходы к выявлению наиболее оптимального способа решения конкретной задачи;<br>- типологии и факторы формирования команд, лидерства и способы социального взаимодействия в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;<br>- правила взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями и опытом в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;<br>- правила взаимодействия с другими членами команды в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики; |
|                                                                                                                                                                                     | УК-2.2<br>Выявляет и анализирует различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументирует их выбор и ограничения.                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                     | УК-2.3<br>Демонстрирует способность проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов, и ограничений. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| УК-3;<br>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать                                                                                                            | УК-3.1<br>Демонстрирует понимание типологии и факторов формирования команд, лидерства и способов социального взаимодействия.                                                                         | - современные средства, методы и технологии поиска, обработки, архивации и хранения социологических данных в соответствии с установленными правилами и с учетом основных требований информационной безопасности, применяемых в профессиональной деятельности социолога в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |



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 «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Версия документа - 1

стр. 5 из 19

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

|                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| свою роль в команде.                                                                                                                               | УК-3.2<br>Осуществляет взаимодействие с другими членами команды, в том числе участвует в обмене информацией, знаниями и опытом.                    | практики;<br>- современные информационно-коммуникационные технологии для поиска, обработки, архивации и хранения социологических данных при решении профессиональных задач в сфере социологии в процессе прохождения практики;<br>- современные информационно-коммуникационные технологии, необходимые при решении профессиональных задач в процессе прохождения практики;                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                    | УК-3.3<br>Имеет опыт участия в командной работе.                                                                                                   | - основные этапы организации социологического исследования; пути организации социологического исследования и технологию подготовки аналитической информации по его результатам;<br>- как организовать социологическое исследование;<br>- о наличии проблем в различных отраслях социальной сферы, в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;<br>- методологические подходы к формулированию целей, постановке конкретных задач социологического исследования. |
| ОПК-1<br>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | ОПК-1.1<br>Демонстрирует знания принципов работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.            | Уметь:<br>- использовать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами при прохождении практики;<br>- аргументировать выбор способов и ограничений в принятии управленческого решения, опираясь на толерантность в межкультурной коммуникации;                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                    | ОПК-1.2<br>Учитывает тенденции развития современных информационных технологий в сфере профессиональной деятельности.                               | - проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из знаний особенностей межкультурной коммуникации в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                    | ОПК-1.3<br>Применяет принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.                        | - формировать команды, лидерства устанавливать социальное взаимодействие; взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;                                                                                                                                                                                                                                  |
| ОПК-3<br>Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его проведения                                                   | ОПК-3.1<br>Обладает базовыми знаниями об основных этапах организации социологического исследования.                                                | - взаимодействовать с другими членами команды в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;<br>- современные средства, методы и технологии поиска, обработки, архивации и хранения социологических данных в соответствии с установленными правилами и с учетом основных требований информационной безопасности, применяемых в профессиональной деятельности социолога в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;           |
|                                                                                                                                                    | ОПК-3.2<br>Демонстрирует умение организовать социологическое маркетинговое исследование и подготовить аналитическую информацию по его результатам. | - использовать современные средства, методы и технологии поиска, обработки, архивации и хранения социологических данных в соответствии с установленными правилами и с учетом основных требований информационной безопасности, применяемых в профессиональной деятельности социолога в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                    | ОПК-3.3<br>Организует и участвует в социологическом исследовании на всех этапах его проведения.                                                    | - применять современные информационно-коммуникационные технологии для поиска, обработки, архивации и хранения социологических данных при                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |



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 «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Версия документа - 1

стр. 6 из 19

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>решении профессиональных задач в сфере социологии и в процессе прохождения практики;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- применять современные информационно-коммуникационные технологии при решении профессиональных задач в процессе прохождения практики;</li><li>- составлять план основных этапов конкретного исследования;</li><li>- организовать социологическое маркетинговое исследование и подготовить аналитическую информацию по его результатам;</li><li>- организовать социологическое исследование;</li><li>- самостоятельно выявляет проблемы в различных отраслях социальной сферы, в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;</li><li>- самостоятельно формулировать цели, ставит конкретные задачи социологического исследования.</li></ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами при прохождении практики;</li><li>- знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора различных способов решения задач в рамках цели проекта;</li><li>- способностью проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из знаний особенностей межкультурной коммуникации в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики.</li><li>- навыками формирования команд, лидерства ; мастерством взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;</li><li>- опытом участия в командной работе организаций (предприятий, учреждений), выступающих базой для практики;</li><li>- навыками использования современных средств, методов и технологий поиска, обработки, архивации и хранения социологических данных в соответствии с установленными правилами и с учетом основных требований информационной безопасности, применяемых в профессиональной деятельности социолога в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;</li><li>- навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий для поиска, обработки, архивации и хранения социологических данных при решении профессиональных задач в сфере социологии и в процессе прохождения практики;</li><li>- навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий при решении профессиональных задач в процессе прохождения практики;</li><li>- навыками составления графика проведения исследования, выделяя его этапы;</li><li>- навыками организации социологического исследования и подготовить аналитическую информацию по его результатам;</li><li>- навыками организации исследования и принятия</li></ul> |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                              | МИНОБРНАУКИ России<br>Федеральное государственное бюджетное<br>образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Факультет экономики и управления |
| Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ». |                                                                                                                                                                                                                   |
| Версия документа - 1                                                                                                                                                                                                                                          | стр. 7 из 19      Первый экземпляр _____      КОПИЯ № _____                                                                                                                                                       |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | непосредственного участия в нем на всех этапах;<br>- способностью самостоятельно выявлять проблемы в различных отраслях социальной сферы, в организациях (на предприятиях, в учреждениях), выступающих базой для практики;<br>- навыками самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи социологического исследования. |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3. Содержание оценочных средств по дисциплине

#### 3.1 Виды оценочных средств

| Код, наименование компетенции согласно ФГОС                                                                                                                                         | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Контролируемые темы/разделы (номер и название раздела из РПД п.2.2) | Семестр | Номер задания                                | Наименование оценочного средства                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-2<br>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. | УК-2.1<br>Знает способы решения задач в рамках цели проекта, аргументирует их выбор и ограничения, используя необходимые маркетинговые коммуникации.<br>Умеет аргументировать выбор способов и ограничений в принятии управленческого решения, используя необходимые маркетинговые коммуникации<br>Владеет знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора необходимых маркетинговых коммуникаций для решения задач в рамках цели проекта.                                                                                                     | Подготовительный этап                                               | 8       | вопросы для собеседования на защите практики | Вопросы с 1-4<br><br>Вопросы с 5-20<br><br>Вопросы с 21-33<br><br>Представленный отчет на кафедру |
|                                                                                                                                                                                     | УК-2.2<br>Знает способы решения задач в рамках цели проекта, аргументирует их выбор и ограничения<br>Умеет аргументировать выбор способов и ограничений в принятии управленческого решения в рамках цели проекта и аргументирует их выбор.<br>Владеет знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора различных способов решения задач в рамках цели проекта                                                                                                                                                                                   |                                                                     |         |                                              |                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                     | УК-2.3<br>Знать основы использования маркетинговых коммуникаций.<br>Уметь аргументировать выбор способов и ограничений в принятии управленческого решения, опираясь на маркетинговые коммуникации;<br>проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из знаний особенностей маркетинговой коммуникации.<br>Владеть способностью принятия решений в сфере маркетинговых коммуникаций;<br>знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора различных способов решения задач в сфере маркетинговых | Аналитический этап                                                  |         |                                              |                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                     |         |                                              |                                                                                                   |



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 «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Версия документа - 1

стр. 8 из 19

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

|                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|                                                                                                                                                    | коммуникаций.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |  |  |  |
| УК-3;<br>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.                                                      | УК-3.1<br>Знает технологии и факторы формирования команд, лидерства и способов социального взаимодействия<br>Умеет осуществлять взаимодействие с другими членами команды, в том числе участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом.<br>Владеет опытом участия в командной работе.                                                                                                                                 |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                    | УК-3.2<br>Знает о способах осуществления взаимодействия с другими членами команды, в том числе участия в обмене информацией, знаниями и опытом.<br>Умеет осуществлять взаимодействие с другими членами команды, в том числе участие в обмене информацией, знаниями и опытом.<br>Владеет способностью осуществлять взаимодействие с другими членами команды, в том числе участие в обмене информацией, знаниями и опытом. |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                    | УК-3.3<br>Знает о применении технологий участия в командной работе<br>Умеет работать в команде<br>Владеет способностью осуществлять командную работу, имеет опыт участия в командной работе.                                                                                                                                                                                                                             |  |  |  |  |
| ОПК-1<br>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | ОПК-1.1<br>Знает принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.<br>Умеет демонстрировать знания принципов работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности<br>Владеет современными информационными технологиями для решения задач профессиональной деятельности                                                      |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                    | ОПК-1.2<br>Знает тенденции развития современных информационных технологий в сфере профессиональной деятельности.<br>профессиональной деятельности<br>Умеет учитывать тенденции развития современных информационных технологий в сфере.                                                                                                                                                                                   |  |  |  |  |





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 «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Версия документа - 1

стр. 9 из 19

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|                                                                                                                      | Владеет способностью учитывать тенденции развития современных информационных технологий в сфере профессиональной деятельности.                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  |  |  |
|                                                                                                                      | ОПК-1.3<br>Знает современные информационно-коммуникационные технологии, необходимые при решении профессиональных задач.<br>Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при решении профессиональных задач<br>Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий при решении профессиональных задач.                                                                                |  |  |  |  |
| ОПК-3<br>Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его проведения                     | ОПК-3.1<br>Знает базовые положения об основных этапах организации социологического исследования<br>Умеет выделять основные этапы организации социологического исследования.<br>Владеет навыками выделения основных этапов социологического исследования.                                                                                                                                                                                    |  |  |  |  |
|                                                                                                                      | ОПК-3.2<br>Знает пути организации социологического маркетингового исследования и технологию подготовки аналитической информации по его результатам.<br>Умеет организовать социологическое маркетинговое исследование и подготовить аналитическую информацию по его результатам.<br>Владеет навыками организации социологического маркетингового исследования и подготовить аналитическую информацию по его результатам.                     |  |  |  |  |
|                                                                                                                      | ОПК-3.3<br>Знает как организовать социологическое маркетинговое исследование<br>Умеет организовать социологическое исследование<br>Владеет навыками организации исследования и принятия непосредственного участия в нем на всех этапах.                                                                                                                                                                                                     |  |  |  |  |
| ОПК-4<br>Способен выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и | ОПК-4.1<br>Знает базовые научные теории, концепции, подходы к социологическому анализу и интерпретации эмпирических данных.<br>Умеет применять на практике научные теории, концепции, подходы к социологическому анализу и интерпретации эмпирических данных с целью выявления социально значимых проблем и определения путей их решения<br>Владеет, опираясь на знания, выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения. |  |  |  |  |
|                                                                                                                      | ОПК-4.2<br>Знает социально-значимые проблемы и пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |  |  |  |



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 «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Версия документа - 1

стр. 10 из 19

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

|                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |  |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
| результатов социологических исследований                                                             | <p>Умеет выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.</p> <p>Владеет способностью выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.</p> <p>ОПК-4.3</p> <p>Знает социально-значимые проблемы и пути их решения.</p> <p>Умеет разрабатывать механизм выявления социально значимых проблем и определять пути их решения.</p> <p>Владеет способностью выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |  |  |  |
| ПК-3<br>Способность применять технологии маркетингового исследования в сфере рекламы                 | <p>ПК-3.1</p> <p>Знает методы сбора, обработки и применения данных маркетингового исследования в сфере рекламы.</p> <p>Умеет осуществлять сбор и обработку данных маркетингового исследования в сфере рекламы</p> <p>Владеет навыками количественного и качественного анализа информации маркетингового исследования в сфере рекламы</p> <p>ПК-3.2</p> <p>Знает алгоритм проведения маркетинговых исследований для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.</p> <p>Умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности</p> <p>Владеет навыками проведения маркетинговых исследований в сфере рекламной деятельности.</p> <p>ПК 3.3</p> <p>Знает особенности подготовки аналитической информации на основе проведенных исследований и их научного объяснения.</p> <p>Умеет навыками интерпретации данных маркетинговых исследований</p> <p>Владеет навыками разработки рекомендаций и принятия организационно-управленческих решений для совершенствования рекламной деятельности</p> |  |  |  |  |
| ПК-2<br>Способность к организационному и методическому обеспечению сбора социологической информации. | <p>ПК-2.1</p> <p>Знает методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.</p> <p>Умеет детализировать методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.</p> <p>Владеет методами сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |  |  |  |

|                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                              | МИНОБРНАУКИ России<br>Федеральное государственное бюджетное<br>образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Факультет экономики и управления |
| Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ». |                                                                                                                                                                                                                   |
| Версия документа - 1                                                                                                                                                                                                                                          | стр. 11 из 19      Первый экземпляр _____      КОПИЯ № _____                                                                                                                                                      |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |  |  |  |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|  | выбранной методической стратегии.<br>ПК-2.2<br>Знает правила подготовки инструментария для сбора социологической маркетинговой информации.<br>Умеет разрабатывать инструментарий для сбора социологической информации (бланки анкет, интервью, наблюдения, анализа документов).<br>Владеет навыками разработки инструментария для сбора социологической информации. |  |  |  |  |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|

### 3.2 Содержание оценочных средств

Оценочные средства для промежуточной аттестации по производственная практика (проектно-технологическая практика) представлены в индивидуальном задании, которое необходимо отразить в отчете по практике, выданные на установочной конференции, требованиями к содержанию доклада и презентации на защите отчета по практике, базой вопросов для собеседования на защите отчета о практике.

Вопросы, которые должны быть отражены в отчете о практике, определяются программой, содержанием формируемых компетенций.

Содержание доклада и презентации на защите отчета по практике определяется структурой отчета о практике. Оно должно отражать основные результаты и выводы, сделанные обучающимся в результате исследования вопросов в соответствии с программой.

Вопросы для собеседования на защите отчета по практике предполагают подготовку ответа, подтверждающего высокий уровень сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, демонстрирующего способность аргументации собственной позиции по предложенному вопросу.

Типовое индивидуальное задание на практику:

1. Изучение истории развития и основных направлений деятельности предприятия (базы практики)
2. Структура, организация и управление на предприятии в части проведения маркетинговых исследований. Научно-методическое, техническое и информационное обеспечение социологической/ маркетинговой службы.
3. Функции структурного подразделения/ обязанности специалиста, осуществляющего социологическую/маркетинговую деятельность.
4. Участие в работе структурного подразделения, осуществляющего социологические исследования или помощь в работе специалиста, осуществляющего работу в сфере социологических/маркетинговых исследований).
5. Организация исследовательской работы в организации по теме выпускной квалификационной работы (определение целей и задач, предмета и объекта исследования, описание теоретико-методологических и методических основ социологического исследования, проведение социологического/маркетингового исследования и анализ его результатов);
6. Составление и оформление отчета о прохождении практики в соответствии с

|                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                              | МИНОБРНАУКИ России<br>Федеральное государственное бюджетное<br>образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Факультет экономики и управления |
| Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ». |                                                                                                                                                                                                                   |
| Версия документа - 1                                                                                                                                                                                                                                          | стр. 12 из 19 <div>Первый экземпляр _____</div> <div>КОПИЯ № _____</div>                                                                                                                                          |

требованиями.

## Требования к отчету

### 1. Структура

**Титульный лист** — по выданному образцу

**Содержание** — перечень разделов с указанием страниц.

**Введение** (1–2 страницы):

цель и задачи практики;

сроки и место прохождения практики;

актуальность выполненной работы;

методы и подходы, использованные в ходе практики;

краткий обзор структуры доклада.

**Основная часть** (8–15 страниц):

характеристика организации/учреждения, где проходила практика (название, структура, направления деятельности);

описание выполненных заданий и видов работ;

анализ изученных процессов, методик, технологий;

отражение индивидуального задания и результатов его выполнения;

трудности, возникшие в ходе практики, и способы их преодоления.

**Заключение** (1–2 страницы):

выводы по результатам практики;

приобретенные компетенции и навыки;

оценка значимости практики для профессионального развития;

предложения по улучшению организации практики.

**Список использованных источников** (не менее 15–20 источников):

нормативные акты;

учебные и методические пособия;

научные статьи;

интернет-ресурсы (с указанием даты обращения).

**Приложения** (при необходимости):

копии документов, с которыми работал студент;

таблицы, графики, диаграммы;

фотоматериалы, скриншоты;

образцы разработанных материалов (планы, конспекты, анкеты и т. д.).

### 2. Требования к содержанию и представлению доклада по отчету

Логичность и последовательность изложения.

Чёткость формулировок, отсутствие канцеляризмов и жаргонизмов.

Самостоятельность выполнения работы (антиплагиат не ниже 70 %).

Соответствие содержания теме и заданию на практику.

Наглядность: использование таблиц, схем, графиков для иллюстрации результатов.

Грамотность: отсутствие орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок.

Защита доклада:

устное выступление (5–7 минут);

презентация (5–10 слайдов) с ключевыми тезисами, результатами, иллюстрациями;

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |               |                        |               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------|---------------|
|  <div> МИНОБРНАУКИ России<br/> Федеральное государственное бюджетное<br/> образовательное учреждение высшего образования<br/> «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br/> Факультет экономики и управления </div> |               |                        |               |
| Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».                                                            |               |                        |               |
| Версия документа - 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | стр. 13 из 19 | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

ответы на вопросы комиссии.

### **Вопросы для собеседования на защите отчета по практике:**



- 1 Общая организационная характеристика организации (предприятия, учреждения), где обучающийся проходил практику: организационно-правовая форма; отраслевая принадлежность, технологическая специфика.
- 2 Цели и задачи организации (предприятия, учреждения), где обучающийся проходил практику.
- 3 Структура управления организации (предприятия, учреждения), где обучающийся проходил практику.
- 4 Учредительные документы, регламентирующие функционирование организации (предприятия, учреждения).
- 5 Основные нормативно-правовые документы организации (предприятия, учреждения).
- 6 Основные направления деятельности организации (предприятия, учреждения).
- 7 Спектр услуг и круг клиентов организации (предприятия, учреждения).
- 8 Характеристика и функции структурного подразделения, где обучающийся проходил практику.
- 9 Место подразделения, в котором обучающийся проходил практику, в организационной иерархии. Взаимосвязи с другими подразделениями.
- 10 Роль и функции социолога в месте прохождения практики.
- 11 Функции, выполнявшиеся обучающимся во время прохождения практики.
- 12 Должностная инструкция и должностные обязанности.
- 13 Основные методы и формы работы социолога, где обучающийся проходил практику.
- 14 Специфика работы социолога в подразделении, где обучающийся проходил практику.
- 15 Система принятия организационно-управленческих решений социологом в организации (предприятии, учреждении).
- 16 Анализ показателей состояния деятельности организации.
- 17 Анализ социальных и маркетинговых показателей. Социальные и маркетинговые показатели в социологии маркетинга.
- 18 Современные технологии анализа, систематизации и обобщения социальной информации, необходимой для проведения социологического исследования.
- 19 Современные технологии поиска и обработки социальной информации, необходимой для проведения социологического исследования.
- 20 Организация социологического и маркетингового исследования.
- 21 Основные этапы организации социологического и маркетингового исследования.
- 22 График проведения социологического и маркетингового исследования.
- 23 Описание проблемы исследования, проведенного в рамках выпускной квалификационной работы.
- 24 Цель и задачи исследования.
- 25 Объект и предмет исследования.

|                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                              | МИНОБРНАУКИ России<br>Федеральное государственное бюджетное<br>образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Факультет экономики и управления |
| Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ». |                                                                                                                                                                                                                   |
| Версия документа - 1                                                                                                                                                                                                                                          | стр. 15 из 19      Первый экземпляр _____      КОПИЯ № _____                                                                                                                                                      |

- 26 Программа социологического и маркетингового исследования.
- 27 Выборка исследования.
- 28 Методы социологического и маркетингового исследования .
- 29 Сбор и обработка первичной социологической и маркетинговой информации по теме исследования.
- 30 Анализ и обобщение собранной и обработанной информации.
- 31 Основные результаты исследования.
- 32 Оформление аналитической записки, отчета по результатам социологического исследования и другой научно-технической документации.
- 33 Общие рекомендации по повышению эффективности деятельности организации (учреждения) в сфере социологии маркетинга.

#### 4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

##### 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Формой аттестации студентов после прохождения практики и защиты отчета является зачет с оценкой. Зачет выставляется студентам, выполнившим все задания по практике.

В случае организации сессии в дистанционной форме предусмотрена сдача зачета в виде защиты в онлайн формате в системе электронного обучения MOODLE.

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

| № задания | Верный ответ                                                                       | Критерии                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           | Доклад оценивается преподавателем в индивидуальном порядке по критериям оценивания | <b>Критерии оценки доклада по учебной практике</b><br>Каждый критерий оценивается по шкале от 0 до 5 баллов. Максимальная сумма — 50 баллов.<br><b>Соответствие теме и заданию</b> (до 5 баллов):<br>5 баллов — полностью соответствует, все задачи раскрыты;<br>3–4 балла — |



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 «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Версия документа - 1

стр. 16 из 19

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>частично соответствует, есть отклонения или упущения;<br/>1–2 балла — тема раскрыта фрагментарно;<br/>0 баллов — не соответствует теме.</p> <p><b>Полнота и глубина раскрытия материала</b> (до 5 баллов):<br/>5 баллов —<br/>глубокий анализ, приведены примеры, сделаны обобщения;<br/>3–4 балла — материал раскрыт, но без детального анализа;<br/>1–2 балла — поверхностное изложение, много общих фраз;<br/>0 баллов —<br/>информация отсутствует или не относится к практике.</p> <p><b>Структура и логика изложения</b> (до 5 баллов):<br/>5 баллов —<br/>чёткая структура, логичные переходы, все разделы присутствуют;<br/>3–4 балла — структура есть, но есть нарушения логики;<br/>1–2 балла —<br/>нарушена последовательность, разделы не выделены;<br/>0 баллов — хаотичное изложение.</p> <p><b>Практическая значимость и самостоятельность</b> (до 5 баллов):<br/>5 баллов —<br/>представлены собственные результаты, рекомендации, выводы обоснованы;<br/>3–4 балла —<br/>есть элементы самостоятельности, но мало практических выводов;<br/>1–2 балла —<br/>работа носит реферативный характер, нет собственных выводов;<br/>0 баллов — плагиат, нет самостоятельности.</p> <p><b>Качество оформления</b> (до 5 баллов):<br/>5 баллов —<br/>полное соответствие требованиям, аккуратное оформление;<br/>3–4 балла — небольшие отклонения от требований;<br/>1–2 балла — существенные нарушения оформления;<br/>0 баллов — грубые нарушения, нечитаемость.</p> <p><b>Список источников и их актуальность</b> (до 5 баллов):<br/>5 баллов —<br/>7+ источников, включая научные публикации и нормативные акты;<br/>3–4 балла — 5–6 источников, часть устарела;<br/>1–2 балла —<br/>менее 5 источников, преимущественно интернет без указания дат;<br/>0 баллов — список отсутствует или нерелевантен.</p> <p><b>Качество защиты (выступление и презентация)</b> (до 5 баллов):<br/>5 баллов —<br/>уверенное выступление, чёткие ответы, наглядная презентация;<br/>3–4 балла —<br/>выступление по тексту, ответы с затруднениями, презентация формальна;<br/>1–2 балла — чтение с листа, слабые ответы, нет презентации;</p> |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|





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 «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Версия документа - 1

стр. 17 из 19

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

|   |                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                               | <p>0 баллов — отсутствие защиты или грубые ошибки в изложении.</p> <p><b>Грамотность и стиль</b> (до 5 баллов):</p> <p>5 баллов — нет ошибок, научный стиль;</p> <p>3–4 балла — 1–3 ошибки, стиль в целом соответствует;</p> <p>1–2 балла — более 5 ошибок, разговорный стиль;</p> <p>0 баллов — многочисленные ошибки, затрудняющие понимание.</p> <p><b>Наглядность и иллюстративность</b> (до 5 баллов):</p> <p>5 баллов — таблицы, схемы, графики уместны и качественно оформлены;</p> <p>3–4 балла — иллюстрации есть, но не везде оправданы;</p> <p>1–2 балла — мало наглядности или она не несёт смысловой нагрузки;</p> <p>0 баллов — отсутствуют.</p> <p><b>Выводы и рекомендации</b> (до 5 баллов):</p> <p>5 баллов — чёткие, обоснованные выводы, конкретные предложения;</p> <p>3–4 балла — выводы есть, но рекомендации общие;</p> <p>1–2 балла — выводы формальны, без рекомендаций;</p> <p>0 баллов — отсутствуют.</p> <p>Шкала итоговой оценки</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 45–50 баллов — «5» (отлично);</li><li>• 35–44 балла — «4» (хорошо);</li><li>• 25–34 балла — «3» (удовлетворительно);</li><li>• менее 25 баллов — «2» (неудовлетворительно).</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 3 | Ответы на вопросы оцениваются преподавателем в индивидуальном порядке по критериям оценивания | <p>Оценка выставляется по <b>10-балльной шкале</b> на основе <b>пяти критериев</b> (каждый — от 0 до 2 баллов).</p> <p><b>1. Глубина понимания темы (макс. 2 балла)</b></p> <p><b>2 балла:</b> ответ полный, точный, демонстрирует системное понимание роли рекламы в рыночных отношениях; приведены ключевые понятия, механизмы и взаимосвязи; использованы релевантные примеры.</p> <p><b>1 балл:</b> ответ в целом верный, но упущены 1–2 существенные детали либо есть неточности; примеры поверхностны или не вполне релевантны.</p> <p><b>0 баллов:</b> ответ не соответствует вопросу; существенные ошибки; отсутствие примеров и пояснений.</p> <p><b>2. Связь теории с практикой (макс. 2 балла)</b></p> <p><b>2 балла:</b> приведены 2–3 конкретных примера из реальной практики (кейсы брендов, рыночные ситуации, цифровые инструменты); показано, как теоретические положения применяются на рынке; даны краткие выводы/рекомендации.</p> <p><b>1 балл:</b> примеры есть, но их мало (1) либо они обобщённые/не вполне соответствуют вопросу; связь теории с практикой обозначена формально.</p> <p><b>0 баллов:</b> отсутствие примеров; ответ носит сугубо теоретический характер.</p> <p><b>3. Логика и структура изложения (макс. 2 балла)</b></p> <p><b>2 балла:</b> мысль изложена последовательно и связно; есть вступление, основная часть, вывод (где уместно); переходы между частями логичны; термины использованы корректно.</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                     | <p>МИНОБРНАУКИ России<br/>Федеральное государственное бюджетное<br/>образовательное учреждение высшего образования<br/>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br/>Факультет экономики и управления</p> |
| <p>Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».</p> |                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>Версия документа - 1</p>                                                                                                                                                                                                                                          | <p>стр. 18 из 19      Первый экземпляр _____      КОПИЯ № _____</p>                                                                                                                                                          |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p><b>1 балл:</b> есть нарушения логики (повторы, неуместные отступления); структура фрагментарна; отдельные термины употреблены неверно.</p> <p><b>0 баллов:</b> хаотичное изложение; невозможно выделить смысловые блоки; грубые ошибки в терминологии.</p> <p><b>4. Владение терминологией (макс. 2 балла)</b></p> <p><b>2 балла:</b> корректно использованы ключевые термины (PEST, 4 P/7P, таргетинг, эластичность спроса и др.); определения даны без искажений; нет «воды» и общих фраз.</p> <p><b>1 балл:</b> термины использованы, но есть 1–2 неточности или неуместные замены; часть понятий объяснена упрощённо.</p> <p><b>0 баллов:</b> отсутствие терминологии либо систематические ошибки в её применении.</p> <p><b>5. Способность отвечать на уточняющие вопросы (макс. 2 балла)</b></p> <p><b>2 балла:</b> уверенно и аргументированно отвечает на дополнительные вопросы; демонстрирует понимание смежных аспектов темы; может привести альтернативные примеры.</p> <p><b>1 балл:</b> отвечает с затруднениями, нуждается в наводящих вопросах; допускает мелкие ошибки или уходит от ответа.</p> <p><b>0 баллов:</b> не может ответить на простые уточняющие вопросы; путается в базовых понятиях.</p> <p><b>Шкала перевода баллов в оценку</b></p> <p><b>9–10 баллов —</b><br/>«5» (отлично): глубокое понимание темы; чёткая структура ответов; грамотная терминология; убедительные примеры; уверенные ответы на вопросы.</p> <p><b>7–8 баллов —</b><br/>«4» (хорошо): хорошее владение материалом, но есть 1–2 незначительных недочёта (например, неполнота примера, мелкая неточность в термине).</p> <p><b>5–6 баллов —</b><br/>«3» (удовлетворительно): базовое понимание темы, но присутствуют существенные пробелы (неполнота ответов, отсутствие примеров, нарушения логики).</p> <p><b>менее 5 баллов —</b><br/>«2» (неудовлетворительно): слабое знание материала; многочисленные ошибки; неумение привести примеры или ответить на вопросы.</p> |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 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*



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 «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Версия документа - 1

стр. 19 из 19

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

*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.*