

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.09.2026 15:27:19

Уникальный программный ключ:

04c19ed8fb98f3b6cb77a486b9a8788b8322925



МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Факультет экономический

Кафедра социальной работы и социологии

Фонд оценочных средств по дисциплине «Брендинг» по направлению подготовки (специальности) 39.03.02
Социальная работа направленности (профилю) «Социальное проектирование и предпринимательство»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 1 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)
Брендинг

Направление подготовки (специальность)
39.03.02 СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА

Направленность (профиль)
Социальное проектирование и предпринимательство

Присваиваемая квалификация (степень)
БАКАЛАВР

Форма обучения
Заочная

Год(ы) набора 2026

Челябинск 2026 г.

ФОС по дисциплине Брендинг

Направление подготовки: 39.03.02 Социальная работа

Направленность (профиль): Социальное проектирование и предпринимательство

Год начала подготовки: 2026

Форма обучения: заочная

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе

утверждено 27.02.26

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания № 11 от 24.02.2026

Председатель Ученого совета

факультета экономики и

управления

согласовано

А. А. Егорова

Заседанием кафедры социальной работы и социологии

Протокол заседания № 7 от 13.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

Л.Б. Владыкина

Автор (составитель)

О.А. Вихорева

Структура фондов оценочных средств соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27 сентября 2022 №573-1



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономический
Кафедра социальной работы и социологии

Фонд оценочных средств по дисциплине «Брендинг» по направлению подготовки (специальности) 39.03.02
Социальная работа направленности (профилю) «Социальное проектирование и предпринимательство»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: **39.03.02 Социальная работа**

Направленность (профиль) «**Социальное проектирование и предпринимательство**»

Дисциплина: ФТД.В.01 **Брендинг**

Семестр изучения: 3 курс

Форма промежуточной аттестации: зачет

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной «Брендинг»

Изучение дисциплины «ФТД.В.01 Брендинг» направлено на формирование следующих компетенций

Код и наименование компетенции согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП ВО	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	3	4
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1. Выполняет поиск информации, определяет критерии системного анализа поставленных задач.	Знать: методы поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач Уметь: выполнять поиск информации, определять критерии системного анализа поставленных задач Владеть: способностью поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач.
	УК-1.2. Использует критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач.	Знать: использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач.. Уметь: использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач. Владеть: навыками критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач.
УК-9. Способен	УК-9.1. Понимает базовые	Знать: экономические решения в различных областях жизнедеятельности.



принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	Уметь: принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности. Владеть: навыками принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности
	УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	Знать: как применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, как использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), как контролировать собственные экономические и финансовые риски. Уметь: применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, как использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), как контролировать собственные экономические и финансовые риски. Владеть: навыками личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, как использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), как контролировать собственные экономические и финансовые риски.



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	Се ме ст р (ку рс)	Ном ер зада ния	Наимено вание оценочно го средства
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	1.1 Знать методы поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач	Раздел 1. История развития и сущность брендинга	3	1	Задание закрытог о типа
	1.1 Уметь выполнять поиск информации, определять критерии системного анализа поставленных задач	Раздел 1. История развития и сущность брендинга	3	2	Задание открытог о типа с разверну тым ответом
	1.1 Владеть способностью поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач	Раздел 1. История развития и сущность брендинга	3	3.1- 3.3	Задание открытог о типа с разверну тым ответом
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный	1.2 Знать приемы критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач	Раздел 2. Основные тенденции и типы бренда	3	1	Задание закрытог о типа



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономический
Кафедра социальной работы и социологии

Фонд оценочных средств по дисциплине «Брендинг» по направлению подготовки (специальности) 39.03.02
Социальная работа направленности (профилю) «Социальное проектирование и предпринимательство»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

подход для решения поставленных задач.	1.2 Уметь использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач	Раздел 2. Основные тенденции и типы бренда	3	2	Задание открытого типа с развернутым ответом
	1.2 Владеть навыками критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач.	Раздел 2. Основные тенденции и типы бренда	3	3.4-3.6	Задание открытого типа с развернутым ответом
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	1.1 Знать экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Раздел 1. История развития и сущность брендинга	3	1	Задание закрытого типа
	1.1 Уметь принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Раздел 1. История развития и сущность брендинга	3	2	Задание открытого типа с развернутым ответом
	1.1 Владеть навыками принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности	Раздел 2. Основные тенденции и типы бренда	3	3.7-3.9	Задание открытого типа с развернутым ответом
УК-9. Способен принимать обоснованные	1.2 Знать как применять методы личного экономического и	Раздел 2. Основные тенденции и типы бренда	3	1	Задание закрытого типа



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономический
Кафедра социальной работы и социологии

Фонд оценочных средств по дисциплине «Брендинг» по направлению подготовки (специальности) 39.03.02
Социальная работа направленности (профилю) «Социальное проектирование и предпринимательство»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

экономические решения в различных областях жизнедеятельно сти	финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, как использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), как контролировать собственные экономические и финансовые риски				
	1.2 Уметь применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, как использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), как контролировать собственные экономические и финансовые риски	Раздел 2. Основные тенденции и типы бренда	3	2	Задание открытог о типа с разверну тым ответом



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономический
Кафедра социальной работы и социологии

Фонд оценочных средств по дисциплине «Брендинг» по направлению подготовки (специальности) 39.03.02
Социальная работа направленности (профилю) «Социальное проектирование и предпринимательство»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	1.2 Владеть навыками личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, как использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), как контролировать собственные экономические и финансовые риски	Раздел 2. Основные тенденции и типы бренда	3	3.10-3.12	Задание открытого типа с развернутым ответом
--	--	--	---	-----------	--

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

1.База тестовых вопросов

1. Что такое «проект»?

- а) это временное усилие (действие), предпринятое для создания уникального продукта;
- б) это комплекс чертежей;
- в) это идея и действия по ее реализации с целью создания продукта, услуги или другого полезного результата.

2. Окружающая среда проекта – это

- а) совокупность факторов и объектов, непосредственно не принимающих участия в проекте, но влияющих на проект и осуществляющих взаимодействие с проектом и отдельными его элементами;
- б) совокупность всех участников проектов и других



физических и юридических лиц, заинтересованных в его результатах;

в) совокупность независимых хозяйствующих субъектов, взаимодействующих с участниками проекта напрямую..

3. Дайте определение понятию «управление проектом»

а) это управление комплексом мер, дел и действий, направленное на достижение целей проекта;

б) это процесс применения знаний, навыков, методов, средств и технологий к проектной деятельности с целью воплощения замыслов участников проекта;

в) это планирование, координацию и контроль проекта с позиций его завершения (и ввода в действие) от лица заказчика и с учетом его целей в единицах полезности, предназначения, качества, сроков реализации и затрат.

г) это искусство и умение скоординировать людей, оборудование, материалы, деньги и последовательность работ по реализации проекта во времени и в рамках утвержденной стоимости;

д) это синтетическая дисциплина, объединяющая специальные и над профессиональные знания

4. Общая структура жизненного цикла

проекта включает в себя:

а) прединвестиционную, инвестиционную, эксплуатационную стадии;

б) предпроектные исследования, проектный анализ, строительство, эксплуатацию;

в) начальную, основную, завершающую фазы и фазу гарантийных обязательств;

г) фазу разработки, фазу реализации.

5. Класс проектов характеризуют по их

а) составу;

б) объему;

в) структуре;

г) величине;

д) количеству.

6. Кто или что является наиболее ценным ресурсом при управлении проектами?

а) идеи;

б) работа;



в) действие;

г) система;

д) люди.

7. Какие виды проектов существуют?

а) инвестиционно – строительные;

б) инновационные;

в) научно – исследовательские;

г) технологические;

д) учебно – образовательные;

е) базовые

8. Для принятия решения по возникшей проблеме у клиента, обязательно делать следующее:

а) сравнить несколько вариантов;

б) усложнить видение проблемы;

в) проанализировать ситуацию;

г) найти ресурсы.

10. К какому аспекту управления проектами относится разработка документации, планирование работ, инжиниринг, бюджеты, отчеты и др.?

а) смешанному;

б) социальному;

в) культурологическому;

г) техническому.

11. Основанный на знании объективный законов и опыте, ведущий к практическим результатам творческий акт целенаправленного воздействия субъекта управления на объект – это:

а) управление;

б) управление проектом;

в) администрирование;

г) координация;

д) управленческое решение

12. Дайте определение понятию «программа»

а) группа взаимосвязанных проектов, объединенных общей целью и условиями выполнения;

б) совокупность эффективных решений по развитию проекта;

в) группа проектов предприятия и мероприятия по их выполнению.

13. Является ли неформальный обмен информацией среди членов команды проекта коммуникацией, влияющей на эффективность реализации проекта?



а) да;

б) нет.

14. На каком этапе развития команды проекта происходит привыкание сотрудников друг к другу, к управляющему и команде в целом?

а) ликвидация;

б) нормализация;

в) работа;

г) формирование;

д) адаптации.

15) Табличная форма представления информации – это ...

а) сгруппированные по особому признаку значения экспериментальных данных

б) такая форма, при которой число (значение показателя) располагают на пересечении сформулированного заголовка по вертикальному столбцу (графе) и названия по соответствующей горизонтальной полосе (строке)

в) графическая форма представления материала

16) Таблица содержит следующие заголовки

а) тематический, общий

б) общий, верхний

в) общий, верхние и боковые

17) Общий заголовок таблицы отражает...

а) специфику таблицы

б) характер числовых значений

в) содержание всей таблицы

18) Верхние заголовки таблицы отражают...

а) содержание граф

б) количество числовых значений

в) единицы измерения

19) Боковые заголовки таблицы отражают...

а) способ комбинации числовых значений

б) содержание строк

в) второстепенную информацию

20) Выделяю следующие фазы доказательства

а) основания, тезис

б) основания, аргументы, следствие

в) тезис, аргументы (основания), демонстрация

21) При построении логических определений выделяют

а) видовое основание и родовое понятие



б) родовое понятие

в) родовой признак и ближайшее видовое отличие

22) Анализ документов включает в себя следующие группы

а) традиционный (классический) анализ

б) контент-анализ

в) эмпирический анализ

г) официальный анализ

23) При проведении контент-анализа необходимо выделить

а) смысловые единицы и единицы счета

б) площадь текста для изучения

в) количественные показатели текста

г) единицы измерения

24) При составлении анкеты используют

а) открытые вопросы

б) пробные вопросы

в) закрытые вопросы

г) параллельные вопросы

25) Метод опроса можно применять в виде

а) интервью

б) анкетного опроса

в) собеседования

г) письменного анкетирования

26) Анкетный опрос бывает

а) частичный

б) сплошной

в) выборочный

г) отобранный

2. Вопросы для устного опроса

1. Роль бренда в современном экономическом развитии РФ.

2. Позиционирования товаров и фирм.

3. Зонтичные бренды.

4. Способы и методы достижения конкурентных преимуществ фирмы в рыночных условиях

5. Проблема защиты от подделок и имитаций брендов.

6. Формирование бренда в торговле. Взаимосвязь товарных и торговых брендов.



7. Правовые основы охраны бренда.
8. Этические аспекты брендинга.
9. Корпоративный брендинг, его специфика.
10. Сущность товарного брендинга.
11. Национальные особенности брендинга.
12. Глобализация брендов: современное состояние и перспективы.
13. Кросс-культурный анализ и его возможности для брендинга.
14. Коллективная система ценностей, матрица «Семи S» Питерса и Уотермана.
15. История использования товарных знаков в США и Европе в XIX-XX вв.

3. Кейс-задания

- 3.1. Составить портфель брендов и программу аудита портфеля брендов.
- 3.2. Представить сильный бренд и критерии сильного брендов.
- 3.3. Разработать имя бренда.
- 3.4. Представить проект позиционирования бренда и разработки стратегических коммуникаций бренда.
- 3.5. Представить проект оценки эффективности стратегических коммуникаций бренда и формирования приверженности к бренду.
- 3.6. Представить методы усиления (поддержания) приверженности к бренду.
- 3.7. Разработать план управления брендом и развития бренда.
- 3.8. Разработать проект ребрендинга.
- 3.9. Разработать проект формирования капитала бренда и оценки капитала бренда.
- 3.10. Разработать концепцию развития бренда.
- 3.11. Разработать программу усиления бренда выбранной вами организации.
- 3.12. Разработать программу сопровождения бренда выбранной вами организации.

Теоретические вопросы к зачету

1. Понятие товарного и корпоративного брендинга.
2. Структура бренда. Формальные признаки бренда.
3. Бренд как маркетинговое понятие.
4. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда.
5. Сущность бренда на различных логических уровнях.
6. Содержательные характеристики бренда.
7. Функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные качества бренда.
8. Индивидуальность бренда.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономический Кафедра социальной работы и социологии			
Фонд оценочных средств по дисциплине «Брендинг» по направлению подготовки (специальности) 39.03.02 Социальная работа направленности (профилю) «Социальное проектирование и предпринимательство» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 13 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

9. Объективированные признаки бренда (атрибуты).
10. Содержание бренда как коммуникационный процесс.
11. Коммуникативные барьеры в отношениях между товаром и потребителем.
12. Бренд в контексте семиотики.
13. Бренд как социальный миф о товаре.
14. Социально-психологические аспекты брендинга.
15. Отношения потребителя и бренда как межличностные отношения.
16. Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда.
17. Философия бренда.
18. Анализ рыночной ситуации и создание пространственной модели бренда.
19. Конкурентный анализ и сегментирование потребителей.
20. Разработка концепции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций.
21. Разработка идентичности бренда (имиджа, позиции, внешней перспективы...).
22. Проективные методики разработки индивидуальности, ценностей, ассоциаций, мифологии бренда.
23. Психологические методы при разработке идентичности бренда.
24. Модели разработки бренда
25. Разработка атрибутов бренда. Формальные и содержательные требования к имени бренда.
26. Способы образования и этапы создания имени бренда.
27. Создание семантического поля для имени бренда.
28. Фоносемантический, морфологический, лексический анализ и экспертное тестирование бренда.
29. Упаковка как важнейший атрибут бренда, ее информативная и коммуникативная функции.
30. Фирменная символика и другие атрибуты в системе брендинга.
31. Способы анализа лояльности бренду.
32. Программа формирования лояльности к компании.
33. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда.
34. Понятие бренд-менеджмента как управление качеством бренда и маркетинговыми коммуникациями.
35. Стратегические задачи управления брендом.
36. Способы изучения и параметры оценки текущего имиджа бренда
37. Марочный контракт и аудит бренда.
38. Методики измерения силы бренда и потенциала его развития.
39. Методики измерения восприятия потребителями отличий бренда.
40. Характеристики бренда в зависимости от значений отличия, актуальности, уважения и понимания.
41. Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки и прогнозирования.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономический Кафедра социальной работы и социологии			
Фонд оценочных средств по дисциплине «Брендинг» по направлению подготовки (специальности) 39.03.02 Социальная работа направленности (профилю) «Социальное проектирование и предпринимательство» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 14 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

42. Азиатская и европейская модели брендинга.
 43. Растяжение и расширение бренда, их разновидности и возможности управления.
 44. Совместный брендинг, условия его эффективности.
 45. Развитие бренда во времени как изменения в его идентичности.
 46. Причины устаревания и упадка, условия обновления бренда 12. Сущность стандартизации социального обслуживания.
 47. Перепозиционирование (ребрендинг) в процессе управления брендом.
 48. Преимущества и недостатки расширения бренда.
 50. Модели определения стоимости и управления брендом.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

На зачете студент отвечает на 1 теоретический вопрос по выбору преподавателя. На подготовку ответа отводится 30 минут.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации

4.2.1 Критерии оценивания теоретического вопроса

зачтено	зачтено	зачтено	не зачтено
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Средний уровень освоения проверяемых компетенций	Базовый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Обучающийся отлично знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания терминологическим запасом. Обучающийся практически не	Обучающийся хорошо знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания терминологическим запасом. Обучающийся	Обучающийся знаком с материалом, владеет достаточным для высказывания терминологическим запасом. Обучающийся допускает фактические ошибки, полноценно оперирует не всеми терминами.	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.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономический Кафедра социальной работы и социологии			
Фонд оценочных средств по дисциплине «Брендинг» по направлению подготовки (специальности) 39.03.02 Социальная работа направленности (профилю) «Социальное проектирование и предпринимательство» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 15 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

допускает ошибок.	допускает незначительные ошибки.		
-------------------	--	--	--

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке зачтено:

- предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: формируются навыки оценивать эффективность применения конкретных методов и приемов профессиональной деятельности в сфере социальной работы, способность контролировать и оценивать эффективность методов и приемов профессиональной деятельности в сфере социальной работы
- студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, формулировать собственные выводы, получил оценку «отлично».

2. Средний уровень соответствует оценке зачтено:

- предполагает формирование компетенций на высоком уровне: формируется комплексное знание методов и приемов профессиональной деятельности в сфере социальной работы;
- студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».

3. Базовый уровень соответствует оценке зачтено:

- предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных методов и приемов профессиональной деятельности в сфере социальной работы;
- студент способен отвечать на вопросы, не давая развернутого пояснения.

4. Низкий уровень соответствует оценке не зачтено.