Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.10.2026 09:53:05
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb9815ded07a466a9a87688d322523

Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации
по дисциплине

Направление подготовки (специальность)
39.03.01 Социология

Направленность (профиль)
Социология маркетинга и рекламы

Присваиваемая квалификация
баклавр

Форма обучения
очная

Челябинск, 2025 г.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень формируемых компетенций:
2.1. компетенции, закрепленные 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.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 39.03.01 Социология
Направленность (профиль) *Социология маркетинга и рекламы*
Дисциплина: *Рекламная деятельность*
Семестр (семестры) изучения: *семестр № 5*
Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Рекламная деятельность» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компе- тенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых ре- зультатов обучения по дисциплине
1	2	3	4
УК-2.	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. Демонстрирует знание теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами.	Знать теоретические правовые основы принятия решений в сфере управления проектами.
			Уметь использовать теоретические правовые основы принятия решений в сфере управления проектами.
			Владеть, опираясь на правовую базу теоретически- ми основами принятия решений в сфере управления проектами.
		УК-2.2. Выявляет и анализирует различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументирует их выбор и ограничения	Знать способы решения задач в рамках цели проекта. аргументирует их выбор и ограничения.
			Уметь аргументировать выбор способов и ограничений.
			Владеть знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора различных способов решения задач в рамках цели проекта.
		УК-2.3. Демонстрирует способность	Знать подходы к выявлению наиболее оптимального способа решения конкретной задачи, опираясь

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

		проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.	на правовые нормы
			Уметь проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
			Владеть способностью проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
ОПК-4.	Способен выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований	ОПК-4.1 Обладает базовыми знаниями в области научных теорий, концепций, подходов к социологическому анализу и интерпретации эмпирических данных с целью выявления социально значимых проблем и определения путей их решения.	Знать базовые научные теории, концепции, подходы к социологическому анализу и интерпретации эмпирических данных.
			Уметь 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
			Владеть, опираясь на знания, выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения.
		ОПК-4.2 Демонстрирует умение выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.	Знать социально-значимые проблемы и пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.
			Уметь выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.
			Владеть способностью выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.
		ОПК-4.3 Выявляет социально значимые проблемы и определяет пути их решения.	Знать социально-значимые проблемы и пути их решения.
			Уметь разрабатывать механизм выявления социально значимых проблемах и определять пути их решения.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

			Владеть способностью выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения.
ПК-3.	Способность применять технологии маркетингового исследования в сфере рекламы	ПК-3.1 Знает основные социологические теории рекламы, закономерности формирования и функционирования рекламы.	Знать методы сбора, обработки и применения данных маркетингового исследования в сфере рекламы.
			Уметь осуществлять сбор и обработку данных маркетингового исследования в сфере рекламы.
			Владеть навыками количественного и качественного анализа информации маркетингового исследования в сфере рекламы.
		ПК-3.2 Умеет использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации и рыночной ситуации для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.	Знать алгоритм проведения маркетинговых исследований для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.
			Уметь проводить маркетинговые исследования разных типов и видов для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.
			Владеть навыками проведения маркетинговых исследований в сфере рекламной деятельности.
		ПК-3.3 Формирует предложения по совершенствованию системы сбыта и продвижения товаров и (или) услуг организации по результатам маркетинговых исследований.	Знать особенности подготовки аналитической информации на основе проведенных исследований и их научного объяснения.
			Уметь навыками интерпретации данных маркетинговых исследований.
			Владеть навыками разработки рекомендаций и принятия организационно-управленческих решений для совершенствования рекламной деятельности.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
	УК – 2 , ОПК – 4, ПК – 3 **Знать:** -теоретические правовые основы принятия решений в сфере управления проектами; - способы решения задач в рамках цели проекта. аргументирует их выбор и ограничения; - подходы к выявлению наиболее оптимального способа решения конкретной задачи, опираясь на правовые нормы; - базовые научные теории, концепции, подходы к социологическому анализу и интерпретации эмпирических данных; - социально-значимые проблемы и пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований; - социально-значимые проблемы и пути их решения; - методы сбора, обработки и применения данных маркетингового исследования в сфере рекламы; - алгоритм проведения маркетинговых исследований для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности; - особенности подготовки аналитической информации на основе проведенных исследований и их научного объяснения. **Уметь :** использовать теоретические правовые основы принятия решений в сфере управления проектами; - аргументировать выбор способов и ограничений; - проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; - применять на практике научные теории, концепции, подходы к социологическому анализу и интерпретации эмпирических данных с	<u>Раздел1</u> Понятие рекламы: социологические и технологические подходы Функции рекламы в обществе <u>Раздел2</u> Организация и регулирование рекламной деятельности. Рекламные стратегии и методы привлечения внимания к рекламе <u>Раздел3</u>		

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

	целью выявления социально значимых проблем и определения путей их решения; - выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований. - разрабатывать механизм выявления социально значимых проблемах и определять пути их решения; - осуществлять сбор и обработку данных маркетингового исследования в сфере рекламы; - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности; - навыками интерпретации данных маркетинговых исследований. **Владеть**: опираясь на правовую базу теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами; - знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора различных способов решения задач в рамках цели проекта; - способностью проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; - выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения; - выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований; - количественного и качественного анализа информации маркетингового исследования в сфере рекламы; - проведения маркетинговых исследований в сфере рекламной деятельности; - разработки рекомендаций и принятия организационно-управленческих решений для совершенствования рекламной деятельности.	Интернет маркетинг и социальные медиа в рекламе		

3.2 Содержание оценочных средств

3.2.1. Перечень вопросов для собеседования

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

1. В чем состоят основные проблемы и вызовы современного города?
2. Какие факторы влияют на социализацию молодежи в городской среде?
3. Что такое социальное неравенство и как оно проявляется в городе?
4. Какие проблемы связаны с жилищной обеспеченностью в городе?
5. Что такое этническая интеграция и как она проявляется в городской среде?
6. Как образование влияет на социальную мобильность горожан?
7. Какие факторы способствуют экономическому развитию города?
8. В чем состоит специфика гендерных ролей в городской среде?
9. Какие меры можно принять для улучшения экологической ситуации в городе?
10. Что такое социоприродное взаимодействие и как оно реализуется в городской среде?
11. Как миграционные процессы влияют на городской контекст

3.2.2 Практическое задание на группу

Учебная граппа делится на команды по 3-4 человека (самостоятельно).
Каждая команда выбирает самостоятельно тему из представленных ниже и на основе вторичных данных готовит доклад н 6-10 минут. Доклад с презентацией, используемого материала представляет вся команда.
Темы докладов

- Изучение общественного мнения о различных аспектах городской жизни (например, транспорт, инфраструктура, экология).
- Анализ статистических данных о демографических процессах в городе.
- Проведение социологического опроса среди различных групп городского населения (студенты, рабочие, пенсионеры).
- Изучение влияния различных факторов (экономических, социальных, экологических) на качество жизни горожан.
- Разработка рекомендаций по улучшению городской инфраструктуры и повышению качества жизни горожан.

3.3.3 Темы докладов

- Социальное пространство города: определение и основные характеристики.
- Демографические процессы в городской среде: анализ и тенденции.
- Трудовые ресурсы города: структура занятости и проблемы безработицы.
- Жилищная проблема и городская инфраструктура: анализ и предложения по улучшению.
- Экологическая ситуация в городе: влияние на здоровье горожан и меры по улучшению.
- Образование и социальная мобильность в городском контексте.
- Этническое и культурное разнообразие города: интеграция и взаимодействие.
- Проблемы и перспективы экономического развития города.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

- Влияние общественного транспорта на качество городской жизни.
- Город как место социализации молодежи: проблемы и перспективы.

Вопросы к зачету:

1. Что такое город с точки зрения социологии?
2. Каковы основные особенности городской среды?
3. Как демографические процессы влияют на городскую среду?
4. Какова роль общественного транспорта в городской инфраструктуре?
5. Как экологическая ситуация в городе влияет на здоровье горожан?
6. В чем состоят основные проблемы и вызовы современного города?
7. Какие факторы влияют на социализацию молодежи в городской среде?
8. Что такое социальное неравенство и как оно проявляется в городе?
9. Какие проблемы связаны с жилищной обеспеченностью в городе?
10. Что такое этническая интеграция и как она проявляется в городской среде?
11. Как образование влияет на социальную мобильность горожан?
12. Какие факторы способствуют экономическому развитию города?
13. В чем состоит специфика гендерных ролей в городской среде?
14. Какие меры можно принять для улучшения экологической ситуации в городе?
15. Что такое социоприродное взаимодействие и как оно реализуется в городской среде?
16. Как миграционные процессы влияют на городской контекст?
17. Какие стратегии могут быть использованы для улучшения качества жизни горожан?
18. В чем заключаются основные задачи социологии города?
19. Как социология города может помочь в решении социальных проблем города?
20. Какие методы исследования используются в социологии города?

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

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

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

Зачетный тест включает 40 тестовых заданий различного типа. На выполнение

тестовых заданий по промежуточной аттестации студенту выделяется 60 минут (1,5 минуты на задание).

4.1. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

4.2.1 Критерии оценивания собеседования и индивидуальных докладов

Максимальный балл за ответ – 5 баллов.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Отлично/ зачтено 5 баллов	**Хороно/ зачтено 4 балла**	**Удовлетворительно/ зачтено 3 балла**	**Не-удовлетворительно/ не зачтено 0-2 баллов**
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Средний уровень освоения проверяемых компетенций	Базовый уровень уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Обучающийся отлично знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, грамотно излагает материал с использованием терминов. Обучающийся практически не допускает ошибок.	Обучающийся хорошо знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, грамотно излагает материал с использованием терминов. Обучающийся допускает незначительные ошибки.	Обучающийся знаком с материалом, владеет базовым для изложения материала объемом знаний с использованием терминов. Обучающийся допускает ошибки, не оперирует терминологией по теме.	Обучающийся не знает основных положений вопроса, не ориентируется в основных понятиях, излагает материал с трудом, с грубыми ошибками, либо отказывается от ответов на вопросы.

4.2.2 Критерии практического задания (группы)

1. Отлично/зачтено: Группа обучающихся отлично знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно изъясняется с использованием точных терминов и названий., практически не допускает ошибок
2. Хорошо/зачтено: Группа обучающихся 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. Удовлетворительно/зачтено: Группа обучающихся знаком с материалом,
4. владеет достаточным для высказывания лексическим запасом. Обучающийся допускает фактические ошибки, не оперирует лексическим запасом по теме.
5. Неудовлетворительно/незачтено: Группа обучающихся не знает основных положений вопроса, не ориентируется в основных понятиях, излагает материал с трудом, с грубыми фактическими ошибками, либо отказывается от ответов на вопросы.

4.2.2. Критерии оценивания теста

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Тест формируется в системе электронного обучения MOODLE. Максимальный балл за тест – 100 баллов.

Оценка	**Отлично/ зачтено**	**Хороно/ зачтено**	**Удовлетвори-тельно/ зачтено**	**Не-удовлетворительно/ не зачтено**
Баллы	**100-86 баллов**	**85-71 баллов**	**70-61 балл**	**60-0 баллов**
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	средний	базовый	недостаточный

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за те- кущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохожде- нии промежуточной аттестации:

0-60 баллов – неудовлетворительно/ не зачтено (2); 61-
70 баллов – удовлетворительно/ зачтено (3);
71-85 баллов - хорошо/ зачтено (4);
85-100 баллов - отлично/ зачтено (5).

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.

Оценки «зачтено» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой.

Также оценка «зачтено» выставляется студентам, обнаружившим полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную кафедрой, демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Наконец, оценкой «зачтено» оцениваются ответы студентов, показавших знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.

Оценка «не зачтено» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

39.03.01 Социология, Социология маркетинга и рекламы, Политическая социология

Проректор по учебной работе утверждено 24.02.2025 А.А. Саламатов
Ученым советом факультета экономики и управления
Протокол заседания № 1 от 11.02.2025

Председатель Ученого совета
факультета экономики и управления согласовано А.А. Егорова

Заседанием кафедры социальной работы и социологии

Протокол заседания № 7 от 04.02.2025

Заведующий кафедрой согласовано Е.Ф. Павленко
Автор (составитель) О.П. Коваль

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»