

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.07.2026 11:48:42
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Научно-исследовательский семинар

Направление подготовки (специальность)
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Современные медиакоммуникационные стратегии

Присваиваемая квалификация
магистр

Форма обучения
очная

Челябинск 2026 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и
рекомендован:**

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания от «10» февраля 2025 г. №8

Председатель ученого совета
факультета журналистики

_____ Б.Н. Киршин

**Заседанием кафедры
теории медиа**

Протокол заседания от «06» февраля 2025 г. №8

Заведующий кафедрой

_____ Е. Ю. Панова

Автор (составитель)
Заведующий кафедрой
теории медиа

_____ Е. Ю. Панова



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *42.04.01 Реклама и связи с общественностью*
Направленность (профиль) *«Современные медиакоммуникационные стратегии»*

Дисциплина: Научно-исследовательский семинар

Семестр (семестры) изучения: *1, 2, 3*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет, зачет, зачет*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины *«Научно-исследовательский семинар»* направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знать Для достижения УК-4.1.: Знать особенности и правила личной и профессиональной устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) Уметь Для достижения УК-4.1.: Уметь применять особенности и правила личной и профессиональной устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) Владеть Для достижения УК-4.1.: Владеть навыками анализа особенностей и правил личной и профессиональной устной и



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>письменной коммуникации</p> <p>Знать Для достижения УК-4.2.: Знать принципы применения современных коммуникативных технологий для академического и профессионального взаимодействия в ситуации устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>Уметь Для достижения УК-4.2.: Уметь применять современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия в ситуации устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>Владеть Для достижения УК-4.2.: Владеть навыками использования современных коммуникативных технологий для академического и профессионального взаимодействия в ситуации устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)</p>
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<p>Знать Для достижения УК-5.1.: Знать о разнообразии культур и об основных принципах межкультурного взаимодействия</p> <p>Уметь Для достижения УК-5.1.: Уметь применять знания о разнообразии культур и об основных принципах</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>межкультурного взаимодействия</p> <p>Владеть Для достижения УК-5.1.: Владеть навыками практического использования знаний о разнообразии культур и об основных принципах межкультурного взаимодействия</p> <p>Знать Для достижения УК-5.2.: Знать принципы анализа и использования в профессиональной деятельности культурных и этических особенностей среды.</p> <p>Уметь Для достижения УК-5.2.: Уметь применять принципы анализа и использования в профессиональной деятельности культурных и этических особенностей среды.</p> <p>Владеть Для достижения УК-5.2.: Владеть практическими навыками анализа и использования в профессиональной деятельности культурных и этических особенностей среды.</p> <p>Знать Для достижения УК-5.3.: Знать принципы межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p> <p>Уметь Для достижения УК-5.3.: Уметь использовать навыки межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p> <p>Владеть Для достижения УК-5.3.: Владеть опытом использования навыков межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p>
ПК-2	Способен осуществлять научные исследования с учетом специфики	<p>Знать Для достижения ПК-2.1.: Знать аналитические методы и инструменты</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	профессиональной сферы	<p>для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p>Уметь Для достижения ПК-2.1.: Уметь отбирать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p>Владеть Для достижения ПК-2.1.: Владеть навыками отбора аналитические методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p>Знать Для достижения ПК-2.2.: Знать основы анализ ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Уметь Для достижения ПК-2.2.: Уметь проводить анализ ситуации и разрабатывать программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Владеть Для достижения ПК-2.2.: Владеть навыками анализа ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
--	------------------------	--

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакommunikационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Магистерская диссертация в области исследования журналистики и массовых коммуникаций	Творческие задания	Вопросы к зачету
2	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Теоретическая и методологическая база исследования. Методы исследования. Рабочая программа исследования	Творческие задания	Вопросы к зачету
3	ПК-2 Способен осуществлять научные исследования с учетом специфики профессиональной сферы	Поиск и сбор научной информации в библиотеках и Интернете. Виды источников и работа с ними. Обработка научной информации	Творческие задания	Вопросы к зачету

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



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакommunikационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Творческое задание

1. Выбор темы исследования и обоснование

Тема исследования: «Влияние формата коротких видео (TikTok, Reels) на концентрацию внимания и академическую успеваемость студентов университета»

Обоснование выбора:

- Актуальность:** Формат коротких видео доминирует в медиапотреблении молодежи. Студенты — одна из самых активных аудиторий TikTok и Instagram Reels. Возникает серьезный общественный debate о потенциальном негативном влиянии клипового мышления на когнитивные способности.
- Научная значимость:** Проблема находится на стыке медиалогии, психологии, когнитивистики и педагогики. Эмпирических исследований, особенно в российском академическом контексте, пока недостаточно.
- Практическая ценность:** Результаты исследования могут быть использованы:
 - Студентами для осознанного управления своим медиапотреблением.
 - Преподавателями для разработки методик, повышающих engagement в условиях снижения концентрации внимания.
 - Университетскими психологами для разработки просветительских программ.
- Реализуемость:** Тема допускает исследование с помощью доступных методов (анкетирование, тестирование, контент-анализ), а выборку (студентов) легко найти в университетской среде.

2. Рабочая программа исследования

Рабочая программа — это план наших действий.

1. Проблема: Существует ли корреляция между интенсивностью потребления коротких видео и снижением показателей концентрации внимания и академической успеваемости у студентов?

2. Объект исследования: Студенты университета (1-4 курсы).

Предмет исследования: Взаимосвязь между потреблением коротких видео, уровнем концентрации внимания и средней академической успеваемостью (GPA).

3. Цель: Выявить и проанализировать влияние потребления контента в формате коротких видео на когнитивные функции и учебные результаты студентов.

4. Задачи:

- Проанализировать существующие научные подходы к изучению влияния цифровых медиа на внимание.
- Разработать и апробировать инструментарий для сбора эмпирических данных (анкета, тест).
- Провести анкетирование среди студентов для сбора данных об их медиапотреблении и академической успеваемости.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

4. Провести тестирование (например, с использованием модифицированного теста Бурдона или онлайн-тестов на внимание) для оценки уровня концентрации внимания.

5. Обработать полученные данные с помощью методов математической статистики (корреляционный анализ).

6. Интерпретировать результаты и сформулировать выводы.

5. Гипотезы:

- **H1 (основная):** Существует отрицательная корреляция между временем, проводимым в приложениях с короткими видео, и способностью к длительной концентрации внимания.

- **H2:** Существует отрицательная корреляция между временем, проводимым в приложениях с короткими видео, и средним баллом успеваемости студента.

- **H0 (нулевая гипотеза):** Значимой связи между указанными переменными не существует.

6. Методы исследования:

- **Теоретические:** Анализ научной литературы, систематизация, обобщение.

- **Эмпирические:**

- **Анкетирование (опрос)** для сбора данных о медиапривычках (время в приложениях, предпочтения) и академической успеваемости (средний балл).

- **Тестирование** для измерения концентрации и устойчивости внимания.

- **Статистические методы:** Дескриптивная статистика, корреляционный анализ (например, коэффициент корреляции Пирсона).

7. **Выборка:** Квотная выборка. ~100-150 студентов разных курсов и факультетов.

8. Этапы и сроки исследования:

Этап	Содержание работы	Срок исполнения
1. Подготовительный	Разработка программы, подбор инструментария, изучение литературы	2 недели
2. Полевой этап	Проведение анкетирования и тестирования	1 неделя
3. Аналитический этап	Обработка данных, статистический анализ	1 неделя
4. Интерпретационный	Написание текста работы, формулировка выводов	1.5 недели
5. Заключительный	Оформление работы, подготовка презентации	0.5 недели



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакommunikационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

3. Источники и инструменты для библиографии

Ключевые источники (для начала):

1. Книги:

- Карр, Н. Пугающая глубина. Что Интернет делает с нашими мозгами. (Carr, N. The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains)
- Вайнбергер, Д. Переизбыток знаний. Как информация меняет наши представления о мире. (Weinberger, D. Too Big to Know)

2. Научные статьи (искать в eLibrary, КиберЛенинка, Google Scholar):

- Поиск по ключевым словам: "короткие видео" внимание, TikTok cognitive effects, social media attention span, клиповое мышление, media multitasking.
- **Пример:** Zhuo, T. (2023). The Impact of Short-Video Use on Cognitive Abilities Among University Students. *Journal of Media Psychology*.

3. **Диссертации:** Искать по той же тематике в российских и зарубежных диссертационных коллекциях.

Инструменты для составления библиографии:

- **Elibrary.ru**

4. Оформление списка по ГОСТу (на примере источников выше)

Актуальный ГОСТ — ГОСТ Р 7.0.100-2018. Требуется ориентироваться по Методическим рекомендациям!

Основные правила:

1. Список располагается в **алфавитном порядке** (по фамилии автора или названию организации).
2. Для каждого источника указывается **шифр DOI** (если он есть).
3. **Образец оформления:**

text

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Вайнбергер Д. Переизбыток знаний. Как информация меняет наши представления о мире ; пер. с англ. М. Смирнова. Москва : АСТ, 2014. 288 с. ISBN 978-5-17-080635-5.
2. Карр Н. Пугающая глубина. Что Интернет делает с нашими мозгами; пер. с англ. М. Смирнова. Москва : BestBusinessBooks, 2012. 256 с. ISBN 978-5-91171-018-7.
3. Zhuo, T. The Impact of Short-Video Use on Cognitive Abilities Among University Students / T. Zhuo // *Journal of Media Psychology*. 2023. Vol. 35, № 2. P. 78–92. DOI: 10.1027/1864-1105/a000345.
4. Официальный сайт Всероссийской организации интеллектуальной собственности (ВОИС) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wipo.int/portal/ru/> (дата обращения: 25.10.2025).

Примечание: Для статей из российских журналов формат будет аналогичным пункту 3, но на русском языке.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

5. План презентации для конференции

Тема слайда: Влияние формата коротких видео (TikTok, Reels) на концентрацию внимания и академическую успеваемость студентов

Слайд 1: Титульный.

- Название темы.
- ФИО исполнителя, группа, университет.
- Название конференции.
- Год.

Слайд 2: Актуальность и проблема.

- Статистика: сколько времени молодежь проводит в TikTok/Reels.
- Проблемный вопрос: «Как это влияет на способность учиться?»
- Цель и задачи исследования.

Слайд 3: Методология.

- Кто испытуемые? (N=150 студентов).
- Что делали? (Анкета + тест на внимание).
- Как анализировали? (Корреляционный анализ).

Слайд 4: Ключевые результаты (Графики/Диаграммы).

- **Диаграмма 1:** Среднее время потребления коротких видео в день у опрошенных.
- **График 2:** Корреляция между временем в приложении и результатами теста на внимание (точечная диаграмма с линией тренда).
- **График 3:** Корреляция между временем в приложении и средним баллом (GPA).

Слайд 5: Выводы.

- Тезисно: «Обнаружена слабая/умеренная отрицательная корреляция между...»
- «Гипотеза H1 подтвердилась, гипотеза H2 не нашла статистического подтверждения».
- Основной вывод: интенсивное потребление коротких видео может быть одним из факторов, негативно влияющих на когнитивные функции.

Слайд 6: Практические рекомендации.

- Для студентов: осознанное потребление, использование цифровой гигиены.
- Для educators: использование микро-лекций и интерактивных форматов для удержания внимания.

Слайд 7: Спасибо за внимание! Вопросы?

- Контакты для связи.
- QR-code с ссылкой на полный текст исследования (если есть).

Вопросы к зачету (1 семестр)

1. Медиакоммуникации как объект исследований

Медиакоммуникации — это процесс создания, передачи и потребления информации через технические средства (медиа) в социальном контексте.

Как объект исследования они представляют собой сложную систему, включающую:



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакommunikационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. **Производство контента:** Кто, как и почему создаёт медиасообщения? (Авторы, редакционная политика, экономические и политические факторы).
2. **Содержание (контент):** Что именно сообщается? Как устроены медиатексты? (Анализ нарративов, жанров, языковых средств, репрезентаций).
3. **Каналы распространения (медиа):** Через какие платформы и технологии распространяется информация? (Пресса, ТВ, радио, социальные сети, мессенджеры).
4. **Аудитория:** Кто и как потребляет медиа? Как интерпретирует сообщения? Какие эффекты это оказывает? (Медиапотребление, восприятие, вовлечённость).
5. **Социальный контекст:** Как медиакommunikации связаны с культурой, политикой, экономикой и повседневной жизнью общества?
Таким образом, объект исследования — это не просто СМИ, а вся цепочка: «**производство → содержание → канал → аудитория → социальный контекст**».

2. Междисциплинарный характер исследования медиакommunikаций

Изучение медиакommunikаций не является монополией одной науки. Это типичный **междисциплинарный объект**, который исследуется с разных сторон:

- **Социология:** Изучает медиа как социальный институт, его роль в обществе, воздействие на массовое сознание, аудиторные исследования.
- **Лингвистика (Медиалингвистика):** Анализирует язык медиа, дискурс, особенности текстов разных жанров.
- **Психология:** Исследует процессы восприятия медиаинформации, когнитивные эффекты, влияние на поведение и эмоции.
- **Культурология и антропология:** Рассматривают медиа как часть культуры, инструмент трансляции ценностей, мифов и символов.
- **Политология:** Изучает роль медиа в политических процессах (пропаганда, политическая коммуникация, формирование общественного мнения).
- **Экономика:** Анализирует медиаиндустрию, рынок СМИ, модели monetization, потребление как экономическое поведение.
- **Философия:** Задаётся вопросами о том, как медиа изменяют наше восприятие реальности и человека.

Вывод: Современный исследователь медиакommunikаций должен свободно ориентироваться в понятийном аппарате и методах этих дисциплин.

3. Этапы научно-исследовательской работы

1. **Выбор и формулировка темы:** Определение проблемы, объекта и предмета исследования.
2. **Разработка программы исследования:** Постановка цели, задач, формулировка гипотез, выбор методов.
3. **Теоретический этап:** Поиск, изучение и анализ научной литературы по теме. Написание теоретической главы.
4. **Эмпирический этап (если есть):** Сбор данных (наблюдение, опрос, эксперимент, анализ текстов).
5. **Аналитический этап:** Обработка и интерпретация полученных данных, проверка гипотез.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакommunikационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 14 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

6. **Оформительский этап:** Написание текста работы, формулировка выводов, оформление библиографии и приложений.

7. **Презентация результатов:** Подготовка доклада, выступление на конференции, защита работы.

4. Теоретическая и методологическая база исследования

• **Теоретическая база** — это фундамент работы. Это **концепции, теории и понятия**, которые вы используете для анализа своего объекта.

○ *Пример:* Исследуя инфлюенсеров, вы можете опираться на теорию «лидеров мнений» Лазарсфельда, концепцию «парасоциальных отношений» Хортона и Уолла, теорию самопрезентации Гоффмана.

• **Методологическая база** — это **стратегия и обоснование выбора конкретных методов исследования**. Она объясняет, *почему* для решения ваших задач выбран именно этот метод.

○ *Пример:* «Для достижения поставленной цели и проверки гипотез был вызван **качественный подход**, так как он позволяет выявить глубинные мотивы и стратегии поведения. В рамках данного подхода был применён **метод полуструктурированного интервью...**»

• **Методы исследования** — это сами **инструменты** сбора и анализа данных.

○ *Теоретические:* Анализ, синтез, сравнение, систематизация.

○ *Эмпирические:* Контент-анализ, опрос (анкетирование, интервью), фокус-группа, наблюдение, эксперимент, кейс-стади.

5. Выбор темы научного исследования

Критерии хорошей темы:

• **Актуальность:** Тема важна для науки и/или общества *сейчас*.

• **Научная новизна:** Тема должна открывать новое знание (новый объект, новый подход, новые методы изучения старого объекта).

• **Теоретическая и практическая значимость:** Результаты работы должны что-то дать науке (развить теорию) и/или практике (дать рекомендации).

• **Реализуемость:** У вас должны быть доступ к материалу, ресурсы (время, деньги) и компетенции для её изучения.

• **Конкретность:** Тема должна быть четко очерчена. Плохо: «Исследование Instagram». Хорошо: «Визуальные стратегии самопрезентации бьюти-блогеров в Instagram».

6. Поиск и сбор научной информации

• **Библиотеки (электронные и физические):**

○ [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) — крупнейшая российская база научных публикаций.

Обязательна к использованию.

○ **КиберЛенинка** — открытая научная библиотека.

○ **Google Академия (Google Scholar)** — для поиска англоязычных и русскоязычных статей.

○ **Библиотеки Scopus и Web of Science** (доступ часто через университет).

• **Стратегия поиска:**

1. Определите **ключевые слова** по вашей теме (на русском и английском).



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакommunikационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 15 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

2. Используйте **расширенный поиск**, комбинируя слова операторами («И», «ИЛИ», «НЕТ»).

3. Изучайте **библиографические списки** в найденных статьях — это лучший источник релевантной литературы.

4. Ищите статьи, которые **цитируют** ключевую работу по вашей теме (функция «Цитируется в» в Google Scholar).

7. Степень разработанности проблемы и обоснование новизны

Это критически важный раздел во введении и первой главе работы.

• **Степень разработанности** — это аналитический **обзор литературы**. Вы не просто перечисляете, кто что писал, а:

○ Группируете существующие подходы к проблеме («В рамках социологического подхода проблему изучали А., Б. и В. Они сходятся во мнении, что...»).

○ Выявляете «белые пятна», дискуссионные вопросы и нерешённые проблемы.

○ Показываете, что вы знакомы с полем и ваше исследование не изобретает велосипед.

• **Научная новизна** вытекает прямо из обзора литературы. Она формулируется как ответ на вопрос: «**Что нового Я делаю по сравнению с предшественниками?**»

○ *Примеры формулировок:* «Впервые проанализировано...», «Уточнена классификация...», «Получены новые эмпирические данные о...», «Предложен новый подход к...».

8. Библиографический аппарат работы

Это всё, что связано с оформлением ссылок на использованные источники.

• **Состав:**

1. **Список литературы / Библиографический список** в конце работы.

2. **Библиографические ссылки** внутри текста (постраничные сноски или затекстовые ссылки в квадратных скобках, например: [15, с. 48]).

• **Назначение:**

○ Продемонстрировать глубину проработки темы.

○ Обеспечить научную добросовестность и избежать плагиата.

○ Дать читателю возможность найти любой источник.

• **Требования:** Оформление строго по стандарту — **ГОСТ Р 7.0.100-2018**.

Обращайте внимание на оформление не только книг, но и статей, авторефератов, электронных ресурсов.

• **Помощь:** Используйте менеджеры цитирования (**Zotero, Mendeley**), которые автоматизируют процесс оформления.

Вопросы к зачету (2 семестр)



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакommunikационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 16 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. Программа конкретного научного исследования

Программа исследования — это стратегический документ, подробный план вашей работы. Она отвечает на вопросы: *Что, Зачем, Как и Когда* вы будете исследовать.

Структура программы:

1. **Актуальность:** Почему данную проблему важно изучать именно сейчас? Каковы запросы науки и общества?

2. **Проблема:** Какое именно противоречие или неисследованный вопрос существует в науке? (Например: «Несмотря на распространённость подкастов, недостаточно изучено их влияние на аудиторное восприятие сложной информации»).

3. **Объект и предмет исследования:**

○ **Объект** — это broader область (напр., «аудитория молодёжных подкастов»).

○ **Предмет** — это конкретный аспект, который вы изучаете внутри объекта (напр., «особенности восприятия научно-популярного контента в аудиоформате»).

4. **Цель:** Конечный, желаемый результат работы. Обычно начинается с глагола: *выявить, описать, проанализировать, разработать, доказать*.

○ *Пример:* «Выявить особенности восприятия и усвоения научно-популярной информации из подкастов студенческой аудиторией».

5. **Задачи:** Конкретные шаги для достижения цели. Обычно 4-5 задач, которые структурируют работу.

○ *Примеры задач:*

▪ Проанализировать основные теоретические подходы к изучению аудиовосприятия.

▪ Определить жанровые и форматные характеристики популярных научно-популярных подкастов.

▪ Провести анкетирование для выявления моделей потребления подкастов целевой аудиторией.

▪ Организовать и провести фокус-группы для глубинного изучения восприятия контента.

▪ Проанализировать результаты и сформулировать выводы.

6. **Гипотеза:** Научное предположение, которое требует эмпирической проверки.

○ *Пример:* «Студенты лучше запоминают информацию из подкастов, где используется диалогический формат подачи, по сравнению с монологическим».

7. **Методологическая база:**

○ **Теоретические методы:** Анализ, синтез, сравнение, систематизация литературы.

○ **Эмпирические методы:** Контент-анализ подкастов, анкетирование, фокус-группы.

8. **Выборка исследования:** Кто и что именно будет изучаться? (Напр., «10 наиболее популярных научпоп-подкастов на русском языке; выборка студентов 1-3 курсов гуманитарных специальностей, N=150 человек для анкеты, 2 фокус-группы по 8 человек»).



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакommunikационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 17 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

9. **Этапы работы и календарный план:** Подробный график с сроками выполнения каждого этапа.

10. **Предполагаемые результаты:** Что вы планируете получить в итоге? (Напр., «классификация приёмов подачи информации в подкастах, модель факторов, влияющих на эффективность восприятия, практические рекомендации для создателей подкастов»).

2. Планирование научно-исследовательской работы

Планирование — это операционализация программы. Это создание «**дорожной карты**» (roadmap) вашего исследования.

- **Разбейте работу на manageable chunks:** Не «написать главу», а «проработать 5 источников по теории X», «составить блок вопросов для анкеты по Y».
- **Используйте инструменты:** Таблицы Excel, Trello, Notion или обычный ежедневник для постановки задач и дедлайнов.
- **Расставьте приоритеты:** Определите, какие задачи критические, а какие второстепенные.
- **Будьте реалистичны:** Заранее заложите время на непредвиденные обстоятельства (задержка с ответом респондентов, болезнь, необходимость переписать раздел).
- **Постоянно сверяйтесь с программой:** План должен быть гибким, но не забывайте о главной цели.

3. Формы и особенности НИР на факультете журналистики. Апробация

Формы НИР:

- **Курсовая работа:** Первое серьёзное исследование, часто с элементами эмпирики.
- **Выпускная квалификационная работа (ВКР / диплом):** Комплексное самостоятельное исследование, демонстрирующее профессиональные компетенции.
- **Научные статьи и тезисы:** Публикация промежуточных или итоговых результатов.
- **Доклады на конференциях:** Устная презентация и обсуждение своих findings.
- **Участие в научных проектах:** Работа в рамках коллективного исследования под руководством преподавателя.

Особенности на факультете журналистики:

- **Опора на практику:** Исследование часто вырастает из профессионального журналистского опыта и наблюдений.
- **Широкая источниковая база:** Объектом анализа могут быть не только тексты, но и блоги, соцсети, подкасты, фотографии, медийные персоналии.
- **Междисциплинарность:** Использование методов социологии, лингвистики, культурологии, политологии.
- **Прикладной характер:** Результаты часто имеют прямое практическое применение в медиаиндустрии.

Апробация результатов — это представление основных выводов вашего исследования научному сообществу для получения обратной связи до момента окончательной защиты.

Формы апробации:

- Выступление с докладом на **научной конференции** (студенческой, всероссийской, международной).



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакommunikационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 18 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

○ Публикация **тезисов доклада или статьи** в сборнике материалов конференции или в научном журнале.

○ Обсуждение на **научном семинаре** кафедры.

• **Важность:** Апробация позволяет «обкатать» идеи, получить критические замечания, проверить аргументы и дополнить работу.

4. Презентация доклада: общие принципы

Цель: Не пересказать всю работу, а ярко и убедительно представить её **главный тезис, методы и самые важные результаты.**

Структура классического академического доклада (7-10 минут):

1. **Приветствие и представление темы** (1 слайд): Кто вы, тема, цель.

2. **Актуальность и проблема** (1-2 слайда): Почему это важно? В чём состоит научная проблема?

3. **Методология** (1 слайд): *Как* вы это исследовали? (Методы, выборка). Кратко!

4. **Основные результаты / Находки** (2-3 слайда): Самое главное! Только ключевые данные. Визуализируйте: графики, диаграммы, таблицы, примеры из эмпирического материала.

5. **Выводы** (1 слайд): 3-4 основных тезиса, которые отвечают на цель исследования.

6. **Благодарность за внимание! Вопросы?** (1 слайд): Контакты для связи.

Принципы хорошей презентации:

• **Визуальный коддинг:** Минимум текста, максимум графики. Шрифт крупный. Никаких сплошных простыней текста!

• **Правило 10/20/30:** 10 слайдов, 20 минут, шрифт не менее 30 pt (адаптируйте под регламент).

• **Истории, а не факты:** Начните с кейса или небольшого примера, который иллюстрирует проблему.

• **Репетиция!** Отрепетируйте выступление с таймером несколько раз.

5. Особенности ведения полемики в академическом сообществе

Академическая полемика — это не ссора, а **процесс совместного поиска истины** через критическое обсуждение.

Правила конструктивной полемики:

1. **Критикуйте идеи, а не автора.** Используйте «I-statements»: «Мне не до конца ясен ваш методологический ход...» вместо «Вы неправильно сделали!».

2. **Будьте вежливы и уважительны.** Всегда начинайте с того, что вы услышали и поняли докладчика: «Спасибо за интересный доклад. У меня есть вопрос по поводу...».

3. **Задавайте уточняющие вопросы.** Это продуктивнее, чем сразу заявлять о несогласии.

○ *Пример:* «Вы упомянули, что использовали контент-анализ. Не могли бы вы уточнить, как была сформирована ваша кодификационная схема?»

4. **Ссылайтесь на литературу.** Ваша критика должна быть обоснована: «Ваш вывод расходится с данными, которые приводит в своей работе Иванов (2020)...».

5. **Предлагайте альтернативы.** Если вы видите слабое место, предложите свой вариант решения: «Возможно, для проверки этой гипотезы было бы продуктивнее применить не анкетирование, а глубинные интервью?».



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 19 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

6. **Принимайте критику конструктивно.** Это не личное оскорбление, а помощь в улучшении работы. Не оправдывайтесь, а благодарите и записывайте замечания: «Спасибо за важное замечание, я обязательно над этим подумаю».

7. **Помните об этике.** Не перебивайте, не повышайте тон, соблюдайте регламент.

Цель полемики — не победить, а сделать научное знание более точным, обоснованным и полным. Умение вести такую дискуссию — ключевой признак зрелого исследователя.

Вопросы к зачету (3 семестр)

1. Подготовка к защите и порядок защиты ВКР

Подготовка к защите начинается сразу после сдачи готовой работы научному руководителю.

1. Доработка текста по отзывам:

- Получите **отзыв научного руководителя** и **рецензию** от внешнего эксперта.
- Внимательно изучите все замечания и подготовьте **письменные ответы на каждое из них**. Это покажет комиссии, что вы серьезно отнеслись к критике.
- Внесите необходимые правки в текст работы.

2. Подготовка речи (доклада) на защиту:

- **Объем:** 7-10 минут (обычно ~3 страницы печатного текста кеглем 14).

• Структура речи:

1. **Приветствие:** «Уважаемый председатель, уважаемые члены государственной аттестационной комиссии!»
2. **Представление темы:** «Вашему вниманию представляется выпускная квалификационная работа на тему: [полное название]».
3. **Актуальность:** 2-3 предложения, почему тема важна.
4. **Объект, предмет, цель и задачи:** Озвучьте четко и лаконично.
5. **Методы исследования:** Перечислите основные.
6. **Основные результаты (самая важная часть):** Озвучьте 2-3 самых ярких и важных вывода из каждой главы. Делайте акцент на том, что вы сделали сами (провели опрос, проанализировали кейсы, разработали классификацию).
7. **Выводы:** Кратко резюмируйте, как вы достигли цели и подтвердили гипотезу.
8. **Практическая значимость:** Кому и как могут быть полезны ваши результаты?
9. **Заключение:** «Спасибо за внимание! Готов ответить на ваши вопросы».

3. Создание презентации:

- Следуйте принципам, описанным в предыдущем ответе: визуальность, минимальный текст, крупный шрифт.
- Количество слайдов: 10-12.
- Обязательные слайды: титульный, актуальность, объект/предмет, цель/задачи, методы, основные результаты (графики, таблицы, схемы), выводы.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 20 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

4. Предзащита:

- Обязательно выступите с докладом на предзащите. Это генеральная репетиция, которая поможет выявить слабые места, уложиться в регламент и получить ценные советы.

5. Порядок защиты:

1. **Выступление автора** с докладом (7-10 мин).
2. **Вопросы от членов комиссии.** Отвечайте четко, уверенно, ссылайтесь на материалы работы. Если вопрос сложный, можно взять паузу: «Это интересный вопрос, позвольте мне уточнить...».
3. **Выступление научного руководителя** с отзывом.
4. **Выступление рецензента** и ваши ответы на замечания из рецензии.
5. **Возможные вопросы от аудитории.**
6. **Заключительное слово автора** (коротко, 1-2 минуты): «Хотел(а) бы поблагодарить за ценные вопросы и замечания...».
7. **Совещание комиссии** и объявление оценки.

2. Сбор эмпирической базы

Эмпирическая база — это весь массив фактов, данных и материалов, которые вы собрали и которые служат основой для вашего анализа и доказательства гипотезы.

Источники сбора эмпирической базы в исследованиях по медиакоммуникациям:

1. **Массивы текстов/контента:**
 - Выборка публикаций СМИ на определенную тему за определенный период.
 - Выборка постов, комментариев, Stories из социальных сетей.
 - Транскрипты подкастов или телепередач.
 2. **Данные, полученные от аудитории:**
 - Анкеты (онлайн и офлайн) с количественными данными.
 - Транскрипты интервью и фокус-групп с качественными данными.
 3. **Статистические данные:**
 - Данные Mediascope, ВЦИОМ, Levada-Центра о медиапотреблении.
 - Статистика с платформ (просмотры, охваты, Engagement Rate и т.д.).
 4. **Нормативные документы:** Законы о СМИ, этические кодексы, внутренние регламенты редакций.
 5. **Вторичные данные:** Результаты предыдущих исследований по вашей теме.
- Ключевой принцип:** Выборка должна быть **репрезентативной** (для количественных исследований) или **обоснованной** (для качественных). Вы должны четко объяснить, почему выбран именно этот массив данных и *по каким критериям*.

3. Анализ эмпирической базы

Это процесс преобразования собранных «сырых» данных в осмысленные результаты.

Подходы к анализу:

1. **Количественный анализ:**
 - **Обработка данных анкет** в программах (Excel, SPSS, R, Python).
 - **Использование статистики:** расчет средних значений, частот, построение таблиц сопряженности, корреляционный анализ для выявления взаимосвязей.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакommunikационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 21 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

○ **Визуализация:** представление результатов в виде графиков и диаграмм (столбчатых, круговых, точечных).

2. Качественный анализ:

○ **Контент-анализ:** Систематический количественно-качественный анализ текстов по заранее заданным категориям (кодам).

○ **Дискурс-анализ:** Глубинный анализ языка, выявление скрытых смыслов, идеологий, репрезентаций.

○ **Анализ интервью и фокус-групп:** Кодирование транскриптов, выявление основных тем, категорий, паттернов.

Главное правило анализа: Не просто представить данные («50% респондентов сказали...»), а **интерпретировать их и связать с теорией** («Полученные данные, согласуются с концепцией X, предложенной Ивановым, и свидетельствуют о том, что...»).

4. Особенности сопряжения теории и эмпирики в работе

Это самый сложный и важный момент, отличающий научное исследование от простого описания.

Теория и эмпирика должны находиться в постоянном диалоге:

1. От теории к эмпирике (дедукция):

○ Теоретическая глава создает **понятийный аппарат и методологический инструментарий** для анализа.

○ *Пример:* Изучая теорию фреймов, вы формулируете конкретные виды фреймов (конфликтный, ответственности и т.д.), которые затем будете искать в медиатекстах.

2. От эмпирики к теории (индукция):

○ Эмпирический анализ позволяет **проверить, дополнить или скорректировать** существующие теоретические положения.

○ *Пример:* Ваш анализ может показать, что в современном медиадискурсе появился новый, не описанный ранее тип фрейма. Вы предлагаете его описание и вносите тем самым вклад в теорию.

Как этого добиться на практике:

• **Во введении:** Четко сформулируйте, какого теоретического подхода вы придерживаетесь и какие эмпирические данные помогут его проверить.

• **В теоретической главе:** Не просто пересказывайте литературу, а готовьте «инструмент» для анализа. Закончите главу выводом: «Таким образом, для анализа [объекта] будут применены следующие категории: А, В, С...».

• **В аналитической главе:** Постоянно апеллируйте к теории.

○ *Плохо:* «В 30% текстов встречается негативная оценка».

○ *Хорошо:* «Как видно из диаграммы 1, в 30% текстов встречается негативная оценка, что, в терминах теории атрибуции, рассмотренной в первой главе, позволяет говорить о формировании у аудитории фрейма виновности конкретного лица».



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 22 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- **В заключении:** Сведите воедино ваши теоретические послы и эмпирические находки. Ответьте на вопрос: «Как мои результаты соотносятся с существующими теориями? Что нового они в них привносят?». Именно на этом **сопряжении** и демонстрации того, как эмпирические данные работают в рамках теоретической модели, и строится **научная ценность** вашего исследования.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачеты по дисциплине в 1, 2 и 3 семестрах выставляются по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам собеседования на зачете.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания творческих заданий

Отлично (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Неудовлетворительно (зачтено)
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
Задание выполнено в полном объеме; пояснение не содержит ошибок.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит 2–3 негрубые ошибки.	Задание выполнено не в полном объеме ИЛИ пояснение содержит грубые ошибки.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит большое количество ошибок.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Научно-исследовательский семинар» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 23 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

0-49 баллов - неудовлетворительно (2) / не зачет;

50-69 баллов - удовлетворительно (3) / зачет;

70-90 баллов - хорошо (4) / зачет;

91-100 баллов - отлично (5) / зачет.

Предусмотрена курсовая работа, которая выполняется по отдельному положению.

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

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. *Низкий уровень* соответствует оценке неудовлетворительно.

2. *Базовый уровень* соответствует оценке удовлетворительно. Он предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений дисциплины.

3. *Средний уровень* соответствует оценке хорошо:

– предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируются комплексное знание содержания дисциплины, умение сбора, анализа информации, необходимой для использования информационных технологий в научно-исследовательской работе;

– студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».

4. *Высокий уровень* сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

– предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности;

– студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию, формулировать собственные выводы.