

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИС: Таскаев Сергей Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 17.09.2025 09:34:09  
Уникальный программный ключ:  
04c19ed8bfb9813b6c077448ab9ad78808322523



МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет экономики и управления  
Кафедра социальной работы и социологии  
Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности)  
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 2 из 11	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

**Фонд оценочных средств  
для промежуточной аттестации  
по дисциплине**

Направление подготовки (специальность)  
39.03.01 Социология

Направленность (профиль)  
Социология маркетинга и рекламы

Присваиваемая квалификация  
бакалавр

Форма обучения  
очная

Челябинск, 2025 г.



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

Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности)  
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 11

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 экономики и управления  
Кафедра социальной работы и социологии

Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности)  
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 11

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 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 компетенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов 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.
		УК-2.2. Выявляет и анализирует различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументирует их выбор и ограничения	Владеть, опираясь на правовую базу теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами. Знать способы решения задач в рамках цели проекта. аргументирует их выбор и ограничения. Уметь аргументировать выбор способов и ограничений.
		УК-2.3. Демонстрирует способность	Владеть знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора различных способов решения задач в рамках цели проекта. Знать подходы к выявлению наиболее оптимального способа решения конкретной задачи, опираясь



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

Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности)  
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 11

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		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.		



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

Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности)  
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 11

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

			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.



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

Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности)  
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 11

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

### 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
	<p><b>УК – 2 , ОПК – 4, ПК – 3</b></p> <p><b>Знать:</b> -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.</p> <p><b>Уметь :</b> 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</p>	<p><u>Раздел1</u></p> <p>Понятие рекламы: социологические и технологические подходы Функции рекламы в обществе</p> <p><u>Раздел2</u></p> <p>Организация и регулирование рекламной деятельности. Рекламные стратегии и методы привлечения внимания к рекламе</p> <p><u>Раздел3</u></p>		



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

Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности)  
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 11

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

<p>целью выявления социально значимых проблем и определения путей их решения;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.</li><li>- разрабатывать механизм выявления социально значимых проблемах и определять пути их решения;</li><li>- осуществлять сбор и обработку данных маркетингового исследования в сфере рекламы;</li><li>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности;</li><li>- навыками интерпретации данных маркетинговых исследований.</li></ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>опираясь на правовую базу теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами;</li><li>- знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора различных способов решения задач в рамках цели проекта;</li><li>- способностью проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;</li><li>- выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения;</li><li>- выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований;</li><li>- количественного и качественного анализа информации маркетингового исследования в сфере рекламы;</li><li>- проведения маркетинговых исследований в сфере рекламной деятельности;</li><li>- разработки рекомендаций и принятия организационно-управленческих решений для совершенствования рекламной деятельности.</li></ul>	<p><b>Интернет маркетинг и социальные медиа в рекламе</b></p>		
--	---	--	--

## 3.2 Содержание оценочных средств

### 3.2.1. Перечень вопросов для собеседования



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

Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности)  
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 11

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

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 группа 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.



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

Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности)  
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 11

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

- 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.



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

Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности)  
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 11

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

<b>Отлично/ зачтено 5 баллов</b>	<b>Хорошо/ зачтено 4 балла</b>	<b>Удовлетворительно/ зачтено 3 балла</b>	<b>Не- удовлетворительно/ не зачтено 0-2 баллов</b>
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Средний уровень освоения проверяемых компетенций	Базовый уровень уровня 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

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра социальной работы и социологии		
	Фонд оценочных средств по дисциплине Политическая социология " по направлению подготовки (специальности) 39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 12 из 11	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

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

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

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении 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 приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

