

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 23.10.2025 14:57:38  
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 2025 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: *экзамен, 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	<b>Знать</b> Для достижения УК-4.1.: Знать особенности и правила личной и профессиональной устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) <b>Уметь</b> 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) <b>Владеть</b> 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><b>Знать</b> 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><b>Уметь</b> 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><b>Владеть</b> 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><b>Знать</b> Для достижения УК-5.1.: Знать о разнообразии культур и об основных принципах межкультурного взаимодействия</p> <p><b>Уметь</b> 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><b>Владеть</b> Для достижения УК-5.1.: Владеть навыками практического использования знаний о разнообразии культур и об основных принципах межкультурного взаимодействия</p> <p><b>Знать</b> Для достижения УК-5.2.: Знать принципы анализа и использования в профессиональной деятельности культурных и этических особенностей среды.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения УК-5.2.: Уметь применять принципы анализа и использования в профессиональной деятельности культурных и этических особенностей среды.</p> <p><b>Владеть</b> Для достижения УК-5.2.: Владеть практическими навыками анализа и использования в профессиональной деятельности культурных и этических особенностей среды.</p> <p><b>Знать</b> Для достижения УК-5.3.: Знать принципы межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения УК-5.3.: Уметь использовать навыки межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p> <p><b>Владеть</b> 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><b>Знать</b> 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><b>Уметь</b> 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><b>Владеть</b> 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><b>Знать</b> Для достижения ПК-2.2.: Знать основы анализ ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения ПК-2.2.: Уметь проводить анализ ситуации и разрабатывать программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p><b>Владеть</b> 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 экзамену 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 экзамену 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 экзамену 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 медиакommunikационные 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:

- **Zotero:** Бесплатный, мощный инструмент. Позволяет сохранять источники из браузера, сортировать их, создавать коллекции и автоматически генерировать списки литературы в нужном стиле (включая ГОСТ) прямо в Microsoft Word.
- **Mendeley:** Аналогичный менеджер ссылок, популярный в академической среде.
- **Citethisforme:** Онлайн-сервис для быстрого форматирования отдельных ссылок.

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

Актуальный ГОСТ — ГОСТ Р 7.0.100-2018.

#### 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 / Д. Вайнбергер ; 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 / Н. Карр ; 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.



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. 12 из 23

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

4. Официальный сайт Всероссийской организации интеллектуальной собственности (ВОИС) [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.wipo.int/portal/ru/> (дата обращения: 25.10.2023).

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

#### **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).



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 № \_\_\_\_\_

## Вопросы к экзамену (1 семестр)

### 1. Медиакommunikации как объект исследований

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

**Как объект исследования они представляют собой сложную систему, включающую:**

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.



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 № \_\_\_\_\_

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.

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» Хортон 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):**



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 № \_\_\_\_\_

○ [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).

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.



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 № \_\_\_\_\_

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

## Вопросы к зачету (2 семестр)

### 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:**



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 № \_\_\_\_\_

○ **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»).

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.



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. 18 из 23

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

- **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).

- 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...».



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. 19 из 23

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

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?».

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.



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 № \_\_\_\_\_

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.

### 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.



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 № \_\_\_\_\_

**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.
- **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.



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 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».
- **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

Экзамен по дисциплине в 1 семестре и зачеты во 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:

0-49 баллов - неудовлетворительно (2) / незачет;

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

70-90 баллов - хорошо (4) / зачет;

91-100 баллов - отлично (5) / зачет.

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.