

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.08.2026 12:42:58

Уникальный программный ключ:

04c19ed8bfb98f3b6177a48619a87881b8322323

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

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

Факультет экономики и управления

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Политическая социология» по направлению
подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа – 1

Стр. 1

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине

Б1.О.14 Политическая социология

Направление подготовки (специальность)
39.03.01 Социология

Направленность (профиль)
Социология маркетинга и рекламы

Присваиваемая квалификация
БАКАЛАВР

Форма обучения
Очная

Год набора 2026

Челябинск, 2026

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

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Политическая социология» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 2	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень формируемых компетенций
 - 2.1. Компетенции, закреплённые 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			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 2	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. Паспорт Фонда оценочных средств

Направление подготовки: направление подготовки 39.03.01 Социология.

Дисциплина: Б1.О.14 Политическая социология.

Направленность (профиль) Социология маркетинга и рекламы

Семестр изучения: 5

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Система оценивания: оценивание результатов осуществляется в рамках 5-бальной шкалы

2. Перечень формируемых компетенций и этапы их формирования

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Введение в социологию» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС ВО)	Результаты освоения ОП Содержание компетенций согласно ФГОС ВО	Индикаторы достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-2.	Способен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов	ОПК-2.1. Обладает базовыми знаниями в области научных теорий, концепций, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов.	Знает базовые положения научных теорий, концепций, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов. Умеет применять базовые положения научных теорий, концепций, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов. Владеет базовыми знаниями научных теорий, концепций социологии труда,



			подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов.
		ОПК-2.2. Осуществляет поиск, теоретический анализ, объективную безоценочную интерпретацию эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической теории для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях.	Знает как осуществлять поиск, теоретический анализ, объективную безоценочную интерпретацию эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической теории для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях. Умеет осуществлять поиск, теоретический анализ, объективную безоценочную интерпретацию эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической теории для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях. Владеет навыками поиска, теоретического анализа, объективной безоценочной интерпретации эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных воз-



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

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа – 1

Стр. 4

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			возможностей социологической теории для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях.
		ОПК-2.3. Подготавливает аналитическую информацию об исследуемых группах, процессах и явлениях на основе социологического анализа и научного объяснения.	Знает особенности подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях, происходящих в трудовой сфере, на основе социологического анализа и научного объяснения. Умеет подготавливать аналитическую информацию об исследуемых группах, процессах и явлениях, на основе социологического анализа и научного объяснения. Владеет навыками подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях, на основе социологического анализа и научного объяснения.

3. Содержание оценочных средств по дисциплине

3.1 Виды оценочных средств

Код, наименование компетенции согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Контролируемые темы/разделы (номер и название раздела из РПД п.2.2)	Семестр	Номер задания	Наименование оценочного средства
ОПК-2: Способы	Знает базовые положения научных теорий,	Раздел 1. Проблема взаимо-	2	1	Доклад 1-5



бен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов	политических концепций, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов;	действия человека и власти в истории общественно-политической мысли			
	Умеет применять базовые положения научных теорий, политических концепций, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов;	Раздел 2. Специфика социологического анализа политической жизни. Современные концепции политической социологии	2	1 2	Доклад 6-9 Ситуационное задание
	Владеет базовыми знаниями научных теорий, политических концепций, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов;	Раздел 3. Политические традиции	2	1 3	Доклад 10-13 Ситуационное задание
	Знает как осуществлять поиск, теоретический анализ, объективную безоценочную интерпретацию эмпирических	Раздел 4. Социальная стратификация и политика	2	1 4	Доклад 14-19 Ситуационное задание



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

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа – 1

Стр. 6

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей политической социологии для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях;				
	Умеет осуществлять поиск, теоретический анализ, объективную безоценочную интерпретацию эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей политической социологии для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях;	Раздел 5. Ценности и политика Раздел 6. Элиты и массы	2	1	Доклад 20-25
	Владеет навыками подго-	Раздел 7. Администрация и общественность	2	1	Доклад 26-28



	товки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях на основе социологического анализа и научного объяснения	Раздел 8. Партии и избиратели		5	Ситуационное задание
	Знает особенности подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях на основе социологического анализа и научного объяснения.	Раздел 9. Политическое сознание	2	1 2	Доклад 29-34
	Умеет подготавливать аналитическую информацию об исследуемых группах, процессах и явлениях на основе социологического анализа и научного объяснения.	Раздел 10. Политическое поведение	2	1 6	Доклад 35-36 Ситуационное задание
	Владеет навыками подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях на основе социологического анализа и научного объяснения.	Раздел 11. Политическая культура	2	1 7	Доклад 37-40 Ситуационное задание

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 8	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

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

Оценочные средства для текущей аттестации представлены базой контрольных вопросов, тестовых заданий и тем докладов.

Задание 1

Темы докладов

1. Специфика социологического анализа политической жизни.
2. Краткая история и предмет политической социологии.
3. Методология политической социологии.
4. Технология и методы социологического исследования политической жизни.
5. Основные понятия и теории политической социологии.
6. Система понятий политической социологии.
7. Эволюция основных теорий политической социологии.
8. Политические традиции.
9. Роль традиций в политической жизни.
10. Специфика политических традиций России.
11. Социальная стратификация и политика.
12. Теории социальной стратификации.
13. Влияние социальной стратификации на политическую жизнь.
14. Ценности и политика.
15. Субъекты политической жизни.
16. Элиты и массы.
17. Теории политических элит.
18. Состав правящих элит в различных странах.
19. Происхождение и структура современной российской политической элиты.
20. Администрация и общественность.
21. Место администрации и общественности в системе власти.
22. Характер взаимодействия администрации общественности в различных сферах.
23. Особенности отношения населения России к государственной администрации.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 9	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

24. Политические партии и избиратели.
25. Классификация политических партий.
26. Динамика взаимодействия партий и избирателей в индустриальных странах.
27. Особенности взаимодействия политических группировок и избирателей современной России.
28. Формы проявления политической жизни.
29. Политическое сознание.
30. Политическая идеология.
31. Массовая политическая психология.
32. Политическое поведение.
33. Политическое лидерство.
34. Состояние и формы политического участия.
35. Мотивация политического поведения.
36. Факторы электорального поведения.
37. Политическая культура.
38. Современная концепция политической культуры.
39. Политическая культура индустриальных и постиндустриальных стран.
40. Особенности и перспективы развития политической культуры современной России.

Задание 2

Ситуация: В государстве X произошла резкая смена власти. Новый лидер — бывший популярный журналист и общественный деятель, который не имеет опыта в госуправлении, но обладает огромным личным обаянием. Он обещает «разрушить старую коррумпированную систему» и обращается к народу напрямую через социальные сети, игнорируя парламент.

• Задание:

1. Определите тип господства по М. Веберу, который формируется в данной ситуации.
2. С какими рисками столкнется этот режим, когда наступит период «рутинизации» власти?
3. Какие социальные группы станут его опорой, а какие — оппозицией?

Задание 3

Ситуация: Социологическое исследование показало, что в стране Y ценности старшего поколения (60+) сфокусированы на «стабильности и сильном государстве», в то время как молодежь (18–25 лет) ставит на первое место

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 10	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

«права человека, экологию и глобальную интеграцию». При этом молодежь практически не смотрит государственное ТВ, получая информацию из децентрализованных Telegram-каналов и от блогеров.

• Задание:

1. Проанализируйте каналы и агентов политической социализации для обеих групп.
2. Сформулируйте прогноз: как этот ценностный разрыв повлияет на устойчивость политической системы в ближайшие 10 лет?
3. Предложите стратегии, которые могла бы использовать власть для коммуникации с молодежью в таких условиях.

Задание 4

Ситуация: На региональных выборах в крупном промышленном центре зафиксирована рекордно низкая явка — 18%. Опросы показывают, что граждане не верят в возможность повлиять на результат («все решено за нас»), но при этом активно участвуют в локальных протестах против застройки местного парка.

• Задание:

1. Объясните феномен политического абсентеизма в данном случае.
2. Почему люди выбирают «неконвенциональные» формы участия (протест из-за парка) вместо голосования?
3. Является ли такая ситуация признаком кризиса легитимности или это норма для современного гражданского общества?

Задание 5

Ситуация: Анализ биографий высших государственных чиновников страны Z показал, что 80% из них являются выпускниками всего двух элитных вузов и состоят в родственных или дружеских связях с предыдущим поколением управленцев. При этом в стране провозглашены принципы меритократии (власти достойных).

• Задание:

1. Какая концепция элит (В. Парето, Г. Моска или Р. Михельс) лучше всего объясняет эту ситуацию?
2. К каким последствиям для «циркуляции элит» ведет такая закрытость системы?
3. Как отсутствие «вертикальных лифтов» для талантливой молодежи влияет на общую конкурентоспособность государства?

Задание 6

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 11	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Ситуация: В ходе предвыборной кампании одна из партий использовала алгоритмы больших данных (Big Data) для таргетированной рекламы. Каждая узкая социальная группа получала только те обещания, которые хотела услышать (пенсионеры — про выплаты, молодежь — про свободу интернета). Это привело к победе, но после выборов общество оказалось крайне поляризовано, так как разные группы имеют противоположные ожидания от победителя.

• Задание:

1. Как использование микротаргетинга влияет на формирование «политических эхо-камер»?
2. Проанализируйте риски фрагментации политической культуры.
3. Можно ли считать такое манипулирование общественным мнением демократическим инструментом?

Задание 7

Ситуация: Жители небольшого городка через социальные сети самоорганизовались для ликвидации последствий наводнения, когда официальные службы не справились. После этого группа волонтеров решила выдвинуть своего лидера в мэры, но столкнулась с давлением со стороны местной администрации, которая обвинила их в «политическом экстремизме».

• Задание:

1. На каком этапе социальное движение превращается в политический субъект?
2. Используя теорию мобилизации ресурсов, объясните, почему волонтеры оказались эффективнее государственных структур.
3. Оцените конфликт с точки зрения взаимодействия «гражданского общества» и «государства».

Оценочные средства для промежуточной аттестации представлены базой контрольных вопросов.

Вопросы для собеседования (экзамен)

1. Предметное поле политической социологии (предмет, объект, изучаемая проблематика).
2. Исторические и научные предпосылки формирования и развития политической социологии как самостоятельной области социологического знания.
3. Структура и исследовательские задачи политической социологии.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 12	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

4. Социокультурные детерминанты политической жизни
5. Особенности политико-социологических исследований.
6. Марксистская парадигма политической социологии
7. Парадигма политической социологии М. Вебера
8. Парадигма политического поля П. Бурдьё
9. Происхождение, сущность и основные функции политики
10. Политическая сфера жизни обществ: понятие, структура, роль в жизни человека и общества.
11. Власть как социальное явление. Ресурсы и формы власти.
12. Политическая власть. Понятие, специфические черты. формы и типы политической власти.
13. Социологические концепции власти
14. Определение политической системы.
15. Основные подсистемы политической системы современного общества.
16. Социальные институты: определение типология
17. Ролевая типология государства.
18. Основные типы негосударственных участников политической системы современного общества.
19. Отличия партий и общественных движений. Причины и пути перехода общественных движений к партиям.
20. Основные методики социологического анализа партий и общественных движений.
21. Новые социальные движения.
22. Социальные классы и политическая власть.
23. Социальная стратификации
24. Элиты в современной России
25. Количественные методы политико-социологических исследований.
26. Качественные методы политико-социологических исследований.
27. Выборка количественного исследования и ее виды. Ошибка выборки.
28. Основные правила составления анкеты количественного исследования.
29. Программа политико-социологического исследования и ее основные элементы.
30. Этапы количественного исследования (краткая характеристика).
31. Интерпретация данных политико-социологического исследования
32. Особенности проведения политико-социологических исследований по заказу государственных органов.
33. Избирательная кампания как объект социологического анализа.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 13	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

34. Социологическое сопровождение избирательных кампаний
35. Массовые опросы в избирательной кампании: методология и методика подготовки и проведения
36. Организация и использование фокус-групп в избирательной кампании
37. Электоральное поведение: сущность и особенности. Основные подходы
38. Влияние социально-демографических характеристик на электоральное поведение.
39. Социологический анализ мотивов голосования.
40. Общественное мнение в системе властных отношений
41. Построение презентации данных исследования.
42. Общественное мнение. Акторы формирования.
43. Повестка дня в структуре общественного мнения. Виды повесток дня.
44. Мотивация политического поведения. Основные подходы.
45. Социологический подход формирования мотивации политического поведения
46. Социально-психологический подход формирования политического поведения
47. Протестные настроения и протестное поведение в России.
48. Мотивация участия в политической жизни.
49. Формы участия в политической жизни.
50. Основные факторы голосования на выборах в России.

4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Проводится устное собеседование по предложенным вопросам.

Собеседование предполагает развернутый ответ на теоретический вопрос, подготовку ответа, отражающего высокий уровень владения материалом, демонстрирующего способность аргументации собственной позиции по предложенному вопросу, оценивается преподавателем.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 14	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Критерии оценивания экзамена

«Отлично» ставится, если студент демонстрирует содержательные и логично выстроенные ответы и позиции по исследуемой проблематике, отлично ориентируется в различных исследовательских подходах к проблеме; демонстрирует отличные знания по во-просу, отвечает на все дополнительные вопросы.

«Хорошо» ставится, если студент демонстрирует содержательные и логично выстроенные ответы и позиции по исследуемой проблематике, хорошо ориентируется в различных исследовательских подходах к проблеме; демонстрирует хорошие знания по во-просу, отвечает на большинство дополнительных вопросов.

«Удовлетворительно» ставится, если студент демонстрирует достаточно содержательные и логично выстроенные ответы и позиции по исследуемой проблематике, неплохо ориентируется в исследовательских подходах к проблеме; демонстрирует достаточные знания по вопросу, отвечает на некоторые дополнительные вопросы.

«Неудовлетворительно» ставится, если студент не раскрывает содержание вопроса, демонстрирует отсутствие знаний по изучаемому предмету.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке зачтено: предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, формулировать собственные выводы.
2. Средний уровень соответствует оценке зачтено: предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируется комплексное знание особенностей сбора, анализа и обработки данных, студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в социологию» по направлению подготовки 39.03.01 Социология направленности «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3. Базовый уровень соответствует оценке зачтено: предполагает формирование компетенций на начальном уровне: студент способен отвечать на 50 % вопросов.
4. Низкий уровень соответствует оценке незачтено.

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