

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:
04c19ed8bfb98f5b6cb77a486b9a8788b8322323

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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «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.13 Социология коммуникаций

Направление подготовки (специальность)
39.03.01 Социология

Направленность (профиль)

Социология маркетинга и рекламы

Присваиваемая квалификация
БАКАЛАВР

Форма обучения
Очная

Год набора 2026

Челябинск, 2026

Б1.О.13 Социология коммуникаций

Направление подготовки (специальность)

39.03.01 Социология

Направленность (профиль)

Социология маркетинга и рекламы

Присваиваемая квалификация

БАКАЛАВР

Форма обучения

Очная

Год набора 2026

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе

утверждено 27.02.26

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания № 11 от 24.02.2026

Председатель Ученого совета

факультета экономики и

управления

согласовано

А. А. Егорова

Заседанием кафедры социальной работы и социологии

Протокол заседания № от

Заведующий кафедрой

согласовано

Л.Б. Владыкина

Автор (составитель)

Ю. Н. Талалушкина

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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 3	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. Паспорт Фонда оценочных средств

Направление подготовки: направление подготовки 39.03.01 Социология.

Дисциплина: Б1.О.13 Социология коммуникаций.

Направленность (профиль): Социология маркетинга и рекламы

Семестр изучения: 5

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Система оценивания: оценивание результатов осуществляется в рамках 5-балльной системы.

2. Перечень формируемых компетенций и этапы их формирования

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Социология коммуникаций» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС ВО)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-1	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-1.1. Демонстрирует знания принципов работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности	Знает принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности. Умеет демонстрировать знания принципов работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности. Владеет современными информационными технологиями для решения задач профессиональной деятельности.



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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа – 1

Стр. 4

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		ОПК-1.2. Учитывает тенденции развития современных информационных технологий в сфере профессиональной деятельности.	Знает тенденции развития современных информационных технологий в сфере профессиональной деятельности. Умеет учитывать тенденции развития современных информационных технологий в сфере профессиональной деятельности. Владеет способностью учитывать тенденции развития современных информационных технологий в сфере профессиональной деятельности.
		ОПК-1.3. Применяет принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.	Знает современные информационно-коммуникационные технологии, необходимые при решении профессиональных задач. Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при решении профессиональных задач. Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий при решении профессиональных задач.

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
---	---	---	---------	---------------	----------------------------------



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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа – 1

Стр. 5

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

ОПК-1 С пособен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Знает принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности. Умеет демонстрировать знания принципов работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности. Владеет современными информационными технологиями для решения задач профессиональной деятельности.	Раздел 1. Введение в социологию коммуникаций	5	1 2	Доклад 1-10 Реферат 1-15
	Знает тенденции развития современных информационных технологий в сфере профессиональной деятельности. Умеет учитывать тенденции развития современных информационных технологий в сфере профессиональной деятельности. Вла-	Раздел 2. Коммуникация как социальный процесс	5	1 2	Доклад 11-20 Реферат 16-30



	деет способно- стью учитывать тенденции раз- вития современ- ных информаци- онных техноло- гий в сфере про- фессиональной деятельности.				
	Знает современ- ные информаци- онно-коммуни- кационные тех- нологии, необ- ходимые при ре- шении профес- сиональных за- дач. Умеет при- менять совре- менные инфор- мационно-ком- муникационные технологии при решении про- фессиональных задач. Владеет навыками при- менения совре- менных инфор- мационно-ком- муникационных технологий при решении про- фессиональных задач.	Раздел 2. Комму- никация как со- циальный про- цесс	5	1 2 3	Доклад 21- 30 Реферат 31- 56 Тест 1-15

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.



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 «Социология коммуникаций» по направлению
подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО
«ЧелГУ»

Версия документа – 1

Стр. 7

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

3.2 Содержание оценочных средств для промежуточной аттестации

Задание 1

Темы докладов



1. Социология СМК как специальная отрасль социологической науки.
Функции массовой коммуникации в обществе.
2. Подходы к трактовке роли массовой коммуникации в обществе
(институциональный, неинституциональный, бихевиоралистский,
структурно-функциональный, культурологический, коммуникативный,
социологическом).
3. Теория массового общества и СМК.
4. Политико-экономическая теория и СМК.
5. Критическая теория и СМК.
6. Теория гегемонии СМИ.
7. Советская социологическая школа и СМК.
8. Франкфуртская (поздняя) школа и СМК.
9. Культурологическая теория и СМК.
10. Теория «информационного общества» и СМК.
11. Структурно-функциональная теория и СМК.
12. Модель коммуникации К. Шеннона и У. Уивера
13. Модель массовой коммуникации по Г.Лассуэллу
14. Модель массовой коммуникации по П.Лазарсфельду, Р. Мертону.
Понятие «лидер мнения».
15. Модель массовой коммуникации М. де Флёра.
16. Масс-медиа как социальная подсистема (концепция Н. Лумана).
17. Массовая коммуникация в понимании постмодернистов.
18. Проблема знака и значения в массовой коммуникации. Типы знаков и
способы организации знаков.
19. Миф как вторичная семиологическая система, кодирование и
декодирование.
20. Политическая манипуляция как категория, ее становление и развитие.
Оценочные средства для промежуточной аттестации представлены базой
контрольных вопросов.
21. Уровни, виды, методы манипуляций и их классификация.
22. Современные западные концепции «информационного общества» как
развитие теорий «постиндустриализма» (М. Маклюэн, М. Кастельс).
23. Глобализация и локализация в сфере культуры и медиа.
24. Социальные сети и блоги как новый феномен СМК (примеры
популярных социальных сетей, характеристика пользователей – пол,
возраст и т.п.) - распечатка

 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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 9	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

25. Интернет: проблемы функционирования и регулирования.
Регулирование сети Интернет в различных странах мира (Россия, США, Китай, ЕС).
26. Решение проблемы информационных дублей.
27. Масс-медиа в позднесоветский период.
28. Особенности функционирования российских СМК в 1990-е и 2000 годы.
29. Процесс регионализации российских СМИ.
30. Концепции эффектов массовой коммуникации на уровне группы и общества.

Задание 2

Темы рефератов

1. Демонстрация как коммуникация
2. Детектив как коммуникация
3. «Мыльная опера» как коммуникация
4. Женский роман как коммуникация
5. Пионерская песня как коммуникация
6. Военная песня как коммуникация
7. Оперетта как коммуникация
8. Анекдот как коммуникация
9. Современный шлягер как коммуникация
10. Телевизионные новости как коммуникация
11. Театр как коммуникация
12. Кино как коммуникация
13. Пресс-конференция как коммуникация
14. Пропаганда как коммуникация
15. Гадание как коммуникация
16. Молчание как коммуникация
17. Система коммуникации в древнем Риме
18. Система коммуникации в древней Греции
19. Системы коммуникации в первобытном обществе
20. Система коммуникации в средние века
21. Система коммуникации в революционный период
22. Система коммуникации в переходный период
23. Теория обмена информацией П. Ершова и ее использование в анализе коммуникативных процессов

 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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 10	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

24. Использование теории переговоров для анализа драматических текстов
25. Основные направления исследования социальной коммуникации
26. Поиск новых подходов к изучению социальной коммуникации
27. Связь социологии коммуникации с другими отраслями социологии
28. Место коммуникации в концепции Ю.Хабермаса
29. Теория коммуникации Т.М.Дридзе
30. Типы социокоммуникативных систем
31. Перспективы создания мирового виртуального интерактивного пространства
32. Общая теория знаков Ч.Пирса и Ч.Морриса
33. Основные положения теории речевых актов
34. Различные подходы к моделированию дискурса
35. Виды невербальных коммуникативных средств
36. Научный дискурс как коммуникативная единица. Специфика научного дискурса
37. Общие и различные черты коммуникативных систем синтетического уровня.
38. Язык искусства
39. Современные исследования межличностной коммуникации
40. Понятие манипуляции и современные тенденции манипулятивного воздействия.
41. Коммуникация и ложь
42. Современный российский речевой этикет
43. Особенности циркуляции информации в малых группах.
44. Основные виды текстов массовой коммуникации.
45. Массовая культура и массовая коммуникация.
46. Проблемы аудиовизуальной культуры в трудах М.Маклюэна
47. Различные подходы к описанию функций массовой коммуникации
48. Язык современных российских СМИ
49. Коммуникативная личность и параметры ее моделирования
50. Современные исследования влияния тендерных различий на характер когнитивных процессов и коммуникативное поведение личности
51. Развитие коммуникативной активности детей
52. Коммуникативная диагностика девиантного поведения
53. «Паблик рилейшнз» в проведении политической кампании.
54. Требования к проведению социолингвистического анкетирования.
55. Контент-анализ как метод изучения СМИ.

 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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 11	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

56. Фокус-группы и глубинные интервью в рекламной деятельности

Задание 3

Тестовые задания

- Понятие коммуникация характеризуется:
 - передачей информации с целью получения ответа
 - обмен информацией о идеях или переживаниях
 - передача информации от источника во вне
 - воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы
- Обратная связь - это вербальный или невербальный сигнал от получателя информации к его источнику, служащий ответом на иницилирующее высказывание или поведение, выполняющий ... или коррективную функцию.
 - комплиментарную
 - поясняющую
 - объяснительную
 - сигнальную
- Обратная связь в процессе коммуникации может быть
 - директивной и недирективной
 - прямой и косвенной
 - положительной и отрицательной
 - оценочной и безоценочной
- К паралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится (выбрать один или несколько вариантов):
 - мимика
 - походка
 - громкость
 - тембр
- К какой сфере невербальной коммуникации относится знак:
 - проксемика
 - ольфакторика
 - кинесика

 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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 12	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

4. такесика

6. Сколько процентов работы занимает коммуникация у руководителя:

1. 90
2. 50
3. 70
4. 80

7. Возможность обратной связи ограничена у следующего вида коммуникации:

1. межличностная
2. массовая
3. внешняя
4. межгрупповая

8. Затруднения в приеме и понимании коммуникации связанные с интерпретацией информацией называется:

1. семантический барьером
2. эмоциональным барьером
3. отсутствие обратной связи
4. невербальным барьером

9. К какому типу барьера относятся жаргон и сленг

1. языковые
2. культурные
3. различия в статусе
4. личностные

10. Вид слухов, которые вызваны предполагаемыми действиями в будущем, длительное время ожидаемыми сотрудниками

1. мечты и чаяния
2. вбивание клиньев
3. финальный слух

11. К какому типу невербальной коммуникации относятся голос и речь

1. кинетические
2. просодические и экстралингвистические
3. такесические



4. проксемические

12. Самой простой коммуникационной сетью является...

1. цепочка
2. звезда
3. круг
4. шпора

13. Дистанция при общении 50-120 см называется...

1. интимной
2. персональной
3. социальной
4. публичной

14. Сколько процентов коммуникации в средней остается в памяти у человека

1. 24
2. 60
3. 70
4. 80

15. Переплетенные пальцы рук является жестом:

1. неуверенности
2. самоконтроля
3. запрета
4. уверенности

Вопросы для собеседования (экзамена)

1. Социология СМК как специальная отрасль социологической науки.
2. Предметная область социологии СМК.
3. Разнообразие теоретических представлений о роли массовой коммуникации в жизни индивида и общества.
4. Подходы к трактовке роли массовой коммуникации в обществе (институциональный, неинституциональный, бихевиоралистский, структурно-функциональный, культурологический, коммуникативный, социологическом)

 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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 14	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

5. «Карта теорий средств массовой информации».
6. Функции СМК (по М.М. Назарову)
7. Структура СМК.
8. Массовая и межличностная коммуникация.
9. Основные сравнительные характеристики массовой и межличностной коммуникаций.
10. Теория массового общества.
11. Политико-экономическая теория.
12. Критическая теория.
13. Теория гегемонии СМИ.
14. Советская социологическая школа.
15. Структурно-функциональная теория.
16. Основные положения структурного функционализма как социологической парадигмы.
17. Модель коммуникации К. Шеннона и У. Уивера
18. Модель массовой коммуникации по Г.Лассуэллу
19. Модель массовой коммуникации по П.Лазарсфельду, Р. Мертону.
- Понятие «лидер мнения».
20. Модель массовой коммуникации М. де Флёра
21. Системная теория Н. Лумана как развитие структурно-функционального подхода.
22. Масс-медиа как социальная подсистема (концепция Н. Лумана).
23. Современные западные концепции «информационного общества» как развитие теорий «постиндустриализма» (М. Маклюэн, М. Кастельс).
24. Глобализация и локализация в сфере культуры и медиа.
25. Социальные сети и блоги как новый феномен СМК (примеры популярных социальных сетей, характеристика пользователей – пол, возраст и т.п.) - распечатка
26. Интернет: проблемы функционирования и регулирования.
- Регулирование сети Интернет в различных странах мира (Россия, США, Китай, ЕС).
27. Решение проблемы информационных дублей.

4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

 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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

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.

Для допуска к экзамену должна быть получена оценка не ниже удовлетворительно за остальные задания.

 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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

Критерии оценки доклад

Оценивается содержание, ораторское мастерство и качество визуализации.

Отлично: тема раскрыта полностью; докладчик говорит свободно (не читает «с листа»); презентация структурирована и эстетична; даны четкие ответы на вопросы аудитории.

Хорошо: тема раскрыта, но докладчик сильно привязан к тексту; презентация есть, но содержит избыток текста; на вопросы отвечает верно, но с некоторой заминкой.

Удовлетворительно: тема раскрыта частично; доклад представляет собой монотонное чтение текста; визуальное сопровождение слабое или отсутствует; на вопросы отвечает с трудом.

Неудовлетворительно: доклад не соответствует теме; докладчик не может объяснить содержание написанного.

Критерии оценки реферата

Оценивается глубина проработки литературы и оригинальность текста.

Отлично: высокая актуальность источников (последние 5-10 лет); структура логична; автор выражает собственную позицию; оригинальность текста высокая; оформление по ГОСТ.

Хорошо: тема раскрыта по нескольким источникам; логика соблюдена, но авторская позиция выражена слабо; есть незначительные огрехи в оформлении.

Удовлетворительно: работа представляет собой простой пересказ одного-двух учебников; низкий уровень уникальности; список литературы устарел; ошибки в оформлении.

Неудовлетворительно: плагиат; содержание не соответствует теме; работа не структурирована.

Критерии оценивания теста

 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 «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология по направлению подготовки «Социология маркетинга и рекламы» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа – 1	Стр. 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Отлично: от 91% до 100% правильных ответов.

Хорошо: от 71% до 90% правильных ответов.

Удовлетворительно: от 51% до 70% правильных ответов.

Неудовлетворительно: менее 50% правильных ответов.

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 вопросу, 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 вопросу, 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 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, формулировать собственные выводы.

2. Средний уровень соответствует оценке хорошо: 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.
3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно: предполагает формирование компетенций на начальном уровне: студент способен отвечать на 50 % вопросов.
4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно.

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