Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.10.2026 09:53:05
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb9813b6cb07a486b9ab788b852225a

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по практике

Производственная практика

Б2.О.02.02(П) Производственная практика (научно-исследовательская работа)

Направление подготовки (специальность)
39.03.01 Социология

Направленность (профиль)
Социология маркетинга и рекламы

Присваиваемая квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Челябинск, 2025 г.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень формируемых компетенций:
2.1. компетенции, закреплённые за практикой.
3. Содержание оценочных средств по практике:
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.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

1. Паспорт фонда оценочных средств

Направление подготовки: 39.03.01 Социология

Направленность (профиль) *Социология маркетинга и рекламы*:

Наименование практики *Производственная практика (научно-исследовательская работа)*

Семестр (семестры) проведения: *8*

Вид практики: *производственная.*

Тип практики: *научно-исследовательская работа*

Способы проведения практики: *стационарная*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет с оценкой.*

1. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

1.1. Компетенции, закреплённые за практикой

Прохождение производственной практики направлено на формирование следующих компетенций:

Коды ком-петенци и (по ФГОС)	Содержание компе- тенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения ком- петенции согласно ОПОП	Перечень планируемых ре- зультатов обучения по дис-циплине
1	2	3	4
УК-2.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	УК-2.1. Демонстрирует знание теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами.	Знать способы решения задач в рамках цели проекта, аргументирует их выбор и ограничения, используя необходимые маркетинговые коммуникации.
			Уметь аргументировать выбор способов и ограничений в принятии управленческого решения, используя необходимые маркетинговые коммуникации.
			Владеть знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора необходимых маркетинговых коммуникаций для решения задач в рамках цели проекта.
		УК-2.2. Выявляет и анализирует различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументирует их выбор и ограничения.	Знать способы решения задач в рамках цели проекта, аргументирует их выбор и ограничения.
			Уметь аргументировать выбор способов и ограничений в принятии управленческого решения в рамках цели проекта и аргументирует их выбор.
			Владеть знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора различных способов решения задач в рамках цели проекта.
		УК-2.3. Демонстрирует способность	Знать основы использования маркетинговых коммуникаций.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

		проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов, и ограничений.	Уметь аргументировать выбор способов и ограничений в принятии управленческого решения, опираясь на маркетинговые коммуникации; проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из знаний особенностей маркетинговой коммуникации.
			Владеть способностью принятия решений в сфере маркетинговых коммуникаций; знаниями и умениями для выявления, анализа и аргументации выбора различных способов решения задач в сфере маркетинговых коммуникаций.
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	Знать базовые положения научных теорий, концепций, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов.
			Уметь применять базовые положения научных теорий, концепций, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов.
			Владеть 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.	Знать как осуществлять поиск, теоретический анализ, объективную без оценочную интерпретацию эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической теории для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях.
			Уметь осуществлять поиск, теоретический анализ, объективную без оценочную интерпретацию эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической теории для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях.
			Владеть навыками поиска, теоретического анализа, объективной без оценочной интерпретации эмпирических данных социологических исследований, другой

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

			эмпирической информации с использованием объяснительных 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.	Знать особенности подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях, происходящих в трудовой сфере, на основе социологического анализа и научного объяснения.
			Уметь подготавливать аналитическую информацию об исследуемых группах, процессах и явлениях, на основе социологического анализа и научного объяснения.
			Владеть навыками подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях, на основе социологического анализа и научного объяснения.
ОПК-3.	Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его проведения	ОПК-3.1. Обладает базовыми знаниями об основных этапах организации социологического исследования.	Знать базовые положения об основных этапах организации социологического исследования.
			Уметь выделять основные этапы организации социологического исследования.
			Владеть навыками выделения основных этапов социологического исследования.
		ОПК-3.2. Демонстрирует умение организовать социологическое маркетинговое исследование и подготовить аналитическую информацию по его результатам.	Знать пути организации социологического маркетингового исследования и технологию подготовки аналитической информации по его результатам.
			Уметь организовать социологическое маркетинговое исследование и подготовить аналитическую информацию по его результатам.
			Владеть навыками организации социологического маркетингового исследования и подготовить аналитическую информацию по его результатам.
		ОПК-3.3. Организует и участвует в социологическом исследовании на всех этапах его проведения.	Знать базовые научные теории, концепции, подходы к социологическому анализу и интерпретации эмпирических данных.
			Уметь применять на практике научные теории, концепции, подходы к социологическому анализу и интерпретации эмпирических данных с целью выявления социально значимых проблем и определения путей их решения

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

			Владеть, опираясь на знания, выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения.
ОПК-4.	Способен выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований	ОПК-4.1 Обладает базовыми знаниями в области научных теорий, концепций, подходов к социологическому анализу и интерпретации эмпирических данных с целью выявления социально значимых проблем и определения путей их решения.	Знать базовые положения об основных этапах организации социологического исследования.
			Уметь выделять основные этапы организации социологического исследования.
			Владеть навыками выделения основных этапов социологического исследования.
		ОПК-4.2 Демонстрирует умение выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.	Знать социально-значимые проблемы и пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.
			Уметь выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.
			Владеть способностью выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.
		ОПК-4.3 Выявляет социально значимые проблемы и определяет пути их решения.	Знать социально-значимые проблемы и пути их решения.
			Уметь разрабатывать механизм выявления социально значимых проблемах и определять пути их решения.
			Владеть способностью выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения.
ПК-2	Способность к организационному и методическому обеспечению сбора социологической информации.	ПК-2.1. Детализирует методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.	Знать методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.
			Уметь детализировать методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.
			Владеть методами сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии
			Знать правила подготовки инструментария для

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

		ПК-2.2. Готовит инструментарий для сбора информации (бланки анкет, интервью, наблюдения, анализа документов).	сбора социологической маркетинговой информации.
			Уметь разрабатывать инструментарий для сбора социологической информации (бланки анкет, интервью, наблюдения, анализа документов).
			Владеть навыками разработки инструментария для сбора социологической информации.
ПК-3.	Способность применять технологии маркетингового исследования в сфере рекламы	ПК-3.1 Знает основные социологические теории рекламы, закономерности формирования и функционирования рекламы.	Знать методы сбора, обработки и применения данных маркетингового исследования в сфере рекламы.
			Уметь осуществлять сбор и обработку данных маркетингового исследования в сфере рекламы.
			Владеть навыками количественного и качественного анализа информации маркетингового исследования в сфере рекламы.
		ПК-3.2 Умеет использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации и рыночной ситуации для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.	Знать алгоритм проведения маркетинговых исследований для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.
			Уметь проводить маркетинговые исследования разных типов и видов для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.
			Владеть навыками проведения маркетинговых исследований в сфере рекламной деятельности.
		ПК-3.3 Формирует предложения по совершенствованию системы сбыта и продвижения товаров и (или) услуг организации по результатам маркетинговых исследований.	Знать особенности подготовки аналитической информации на основе проведенных исследований и их научного объяснения.
			Уметь навыками интерпретации данных маркетинговых исследований.
			Владеть навыками разработки рекомендаций и принятия организационно-управленческих решений для совершенствования рекламной деятельности.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

3. Содержание оценочных средств по практике

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
	УК -2, ОПК-2. ОПК – 3, ОПК – 4, ПК – 2, ПК - 3 **Знать:** - теоретические правовые основы принятия решений в сфере потребления; пособы решения задач в рамках в рамках цели проекта, аргументирует их выбор и ограничени; подходы к выявлению наиболее оптимального способа решения конкретной задачи, опираясь на правовые нормы; - базовые положения научных теорий, концепций, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов; 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; особенности подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях, происходящих в трудовой сфере, на основе социологического анализа и научного объяснения; - основные этапы организации социологического исследования; - базовые научные теории, концепции, подходы к социологическому анализу и интерпретации эмпирических	Подготовительный этап (организация практики) Основной этап (исследовательский) Аналитический этап Заключительный этап	Отчет и доклад (сообщение)	Отчет доклад и вопросы для собеседования

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

	данных с целью выявления социально значимых проблем и определения путей их решения; - о наличии проблем в различных отраслях социальной сферы; - методологические подходы к формулированию целей, постановке конкретных задач социологического исследования в сфере предпринимательства. - методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии; правила подготовки инструментария для сбора социологической маркетинговой информации; особенности проведения инструктажа персонала по сбору социологической маркетинговой информации; - о методах сбора, обработки и применения данных маркетингового исследования в соответствии с поставленными целями. **Уметь:** - использовать теоретические правовые основы принятия решений в сфере потребления; аргументировать выбор способов и ограничений; проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; - применять базовые положения научных теорий, концепций, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов; осуществлять поиск, теоретический анализ, объективную безоценочную интерпретацию эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической			

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

	теории для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях; подготавливать аналитическую информацию об исследуемых группах, процессах и явлениях, на основе социологического анализа и научного объяснения; - организовать социологическое исследование и подготовить аналитическую информацию по его результатам; выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований; - самостоятельно выявлять проблемы в различных отраслях социальной сферы; самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи социологического исследования в сфере предпринимательства; - детализировать методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии; разрабатывать инструментарий для сбора социологической информации (бланки анкет, интервью, наблюдения, анализа документов); проводить инструктаж персонала по сбору социологической маркетинговой информации; - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга. **Владеть**: - опираясь на правовую базу, теоретическими основами принятия решений в сфере потребления; навыками выявления, анализа и аргументации выбора различных способов решения задач в рамках цели проекта; способностью проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая			

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

	оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов, и ограничений; - применения научных теорий, концепций социологии труда, подходов к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов; навыками поиска, теоретического анализа, объективной безоценочной интерпретации эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической теории для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях; навыки подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях, на основе социологического анализа и научного объяснения; - участия в социологическом исследовании на всех этапах его проведения; выявления социально значимых проблем и определять пути их решения; - способностью самостоятельно выявлять проблемы в различных отраслях социальной сферы; навыками самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи социологического исследования в сфере предпринимательства. - методами сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии; навыками разработки инструментария для сбора социологической информации; технологией проведения инструктажа персонала по сбору социологической маркетинговой информации; - готовить отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований.			

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

3.2 Содержание оценочных средств

Руководство учебной практикой осуществляется руководителем практики от кафедры социальной работы и социологии, руководителем практики от предприятия, организации, учреждения.

Руководитель практики от кафедры выдает задание для прохождения практики, проводит инструктаж по технике безопасности, контролирует процесс прохождения практики и консультирует студентов по вопросам выполнения задания и отчета по практике, защиты отчета по практике.

Руководитель практики от предприятия определяет конкретное место практики для студента на предприятии, помогает в выполнении индивидуального задания, подборе и изучении материалов практики.

Во время прохождения практики студентов закрепляют за подразделениями, отделами конкретной организации в качестве стажеров-практикантов, где они работают в режиме этой организации. Практика может проходить в некоммерческой организации, Добро.Центре, региональном органе власти и органе местного самоуправления, государственном и муниципальном учреждении, социальных предприятиях, компаниях, реализующих программы социальной ответственности. В рамках прохождения практики студенты могут осуществлять выполнение общественного проекта для решения социально значимых задач.

План прохождения практики разрабатывается индивидуально для каждого студента.

Индивидуальное задание по практике может согласовываться с руководителем от базы практики. Его содержание определяется спецификой подразделения (отдела), за которым закреплен студент. В случае необходимости также допускается свободный выбор темы индивидуального задания. Основная цель при выполнении индивидуального задания - закрепить полученные студентом при обучении и прохождении практики теоретические знания и применить их для решения практических задач.

Работа студента в ходе прохождения практики должна соответствовать содержанию индивидуального задания, выдаваемого студенту перед выходом на практику руководителем от кафедры.

Студент во время практики должен выполнить следующую работу:

1. Изучить методологию, методики и техники социологического исследования, в том числе специальные технологиею факторного анализа социальных процессов.
2. Изучить программные средства обработки и анализа социологической информации.
3. Изучить особенности применения современных информационно-коммуникационные технологий в области проводимого научного исследования.
4. Собрать фактические данные о деятельности организации – базы практики.
5. Провести социологическое исследование по выбранной теме (индивидуальное задание), провести анализ результатов.
6. Подготовить и сдать руководителю практики от кафедры отчет по практике и два документа – характеристику и справку с места практики.
7. В установленный срок защитить отчет по практике.

Формы отчетности по учебной практике

По результатам практики студент предоставляет на кафедру следующие документы:

– отчет по практике;
– характеристика;
– дневник практики;
– личная карточка инструктажа;
– индивидуальное задание на практику.

В отчете по практике студент-практикант обязан предоставить собранный материал по практике руководителю практики на предприятии. В отчете следует отразить все вопросы, изученные во время прохождения практики, представить выполненные в соответствии с темой индивидуального задания результаты социологического/ маркетингового исследования, сделанные выводы и предложения на основании анализа его результатов. Студент должен также высказать свое умение и сделать выводы о практике (практическая значимость, качество организации прохождения практики, трудности прохождения практики и написания отчета и др.).

Руководитель на предприятии/ в организации по окончании практики предоставляет письменную характеристику деятельности практиканта, о том, что студент действительно проходил практику на данном

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

предприятии (организации, учреждении) в установленные университетом сроки в соответствие с учебным планом направления 39.03.01 «Социология».

В дневнике практики описываются виды работ, отражающих содержание практики, выполненные студентом на предприятии. Записи в дневнике делаются ежедневно или за период, например, за несколько дней (2-7 дней), что зависит от продолжительности выполняемой работы. Дневник должен быть подписан студентом-практикантом и руководителем практики на предприятии.

Раз в неделю дневник дается на просмотр руководителю практики на предприятии. Главное требование к ведению дневника – практическое отношение к наблюдаемому. Записи должны характеризовать личное суждение практиканта об описываемых работах и других процессах на предприятии. В данном документе должны быть указаны только фактические данные без домыслов и искажений. Университет оставляет за собой право контроля достоверности всех данных, предоставленных студентом по окончании практики.

Структура отчета включает следующие элементы в порядке их расположения:

1) титульный лист;
2) содержание;
3) введение;
4) основная часть;
5) заключение;
6) список использованных источников;
7) приложения.

Оформление отчета по практике

Перед написанием отчета по учебной практике студент должен ознакомиться с Порядком оформления письменных работ на экономическом факультете ЧелГУ. Данный документ регламентирует процедуру оформления письменных работ работ, выполненных студентами и магистрантами экономического факультета Челябинского государственного университета, которое распространяется на оформление отчетов о научно-исследовательской работе студентов и магистрантов, рефератов, курсовых работ и отчетов по учебной, производственной и преддипломной практике.

Общие требования

Отчет по практике оформляется на листах формата А4. Содержание излагается грамотно, четко и логически последовательно. Работа выполняется машинописным способом с соблюдением полей: левое – 25 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Шрифт – Times New Roman, кегль – 14, межстрочный интервал – 1,5. Общий объем отчета по практике – от 30 до 40 страниц.

Все страницы нумеруются, начиная с титульного листа (номер страницы на нем не проставляется), арабскими цифрами снизу по центру.

Каждый раздел отчета начинается с новой страницы. Заголовки структурных элементов печатают прописными буквами и располагают по центру страницы. Точки в конце заголовков не ставятся, заголовки не подчеркиваются. Переносы слов во всех заголовках не допускаются. Расстояние между названием раздела и последующим текстом должно быть равно 1 интервалу.

Цифровой материал оформляется в виде таблицы. Каждая таблица должна иметь свой порядковый номер и название. Название таблицы располагается по центру. В тексте обязательно должна быть сделана ссылка на нее, которая может быть оформлена следующим образом: «… результаты данного исследования приведены в табл. 2» или «… результаты данного исследования (см. табл. 2) показали, что…».

Наряду с материалом, оформленным в виде таблиц, для большей наглядности, данные можно представлять в виде рисунков. Нумерация рисунков (также как и таблиц) допускается сквозная по всему отчету, так и отдельно по разделам. Например, рис. 1.4. (первый раздел, четвертый рисунок). Но при этом необходимо помнить, что в отчете должен быть использован один принцип нумерации таблиц и рисунков. Название рисунка в отличие от заголовка таблицы располагают под рисунком по центру.

Ссылки на литературу следует оформлять в квадратных скобках, с указанием номера источника в списке использованных источников и страницы, например: [4, с. 28]; Отчет должен быть аккуратно оформлен и скреплен.

Полный перечень требований к оформлению отчета по практике представлен в Положении о порядке

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

оформления письменных работ студентов экономического факультета ЧелГУ.
Практика для обучающихся с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья организуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. Выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом требований их доступности для данных обучающихся.
При определении мест прохождения практики и формы ее проведения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации или абилитации инвалида.

3.2.2База вопросов для собеседования

1. Что такое социологическое исследование? Всякое ли изучение окружающей действительности (процессов, явлений) можно отнести к социологическому исследованию? Назовите виды социологических исследований.
2. Что понимают под предметом и объектом исследования, какова последовательность их определения в теоретико-прикладном и прикладном исследованиях?
3. Определите функции социологии. Чем вызвано деление многообразных функций на две группы (теоретико-познавательные и управленческо-преобразовательные)? Насколько полно реализуются эти две группы функций сегодня?
4. Можно ли провести социологическое исследование без разработки программы социологического исследования и пилотажного опроса? Каковы основные разделы программы исследования? Какие общие требования предъявляются к исследовательской программе?
5. Какие этапы включает в себя социологическое исследование? Что означает на сленге социологов «работать в поле»?
6. В каких случаях необходимо провести проверку инструментария в виде пилотажного исследования? Когда разумнее всего проводить пилотаж исследования?
7. Что означает требование интерпретации понятий и эмпирической интерпретации в частности?
8. В чем заключаются различия между объектом и выборочной совокупностью?
9. В каких случаях разумно использовать целевые выборки?
10. Перечислите основные методы сбора социологической информации.
11. Какие формы опроса относятся к количественной и качественной традициям в социологии?
12. Есть ли различия при формулировке вопросов для анкетирования и интервьюирования?
13. Какое время считается оптимальным для заполнения анкеты? Целесообразно ли делать большие анкеты?
14. Укажите пути повышения надежности информации в опросе.
15. Что такое эффект интервьюера?
16. Каковы разновидности прямого наблюдения и способы контроля надежности данных?
17. Какие ошибки возможны при включенном наблюдении?
18. Укажите основные формы взаимодействия исследователя с испытуемыми. Каков характер этих отношений?
19. Почему эксперимент относят к разряду «жестких» методов?
20. Источники первичной и вторичной маркетинговой информации.
21. Внутренние и внешние источники маркетинговой информации.
22. Различия разных типов исследования по целям исследования, формируемым гипотезам и используемым методам сбора данных.
23. Количественные методы опроса.
24. Способы связи с аудиторией: почтовый опрос, телефонный опрос, интервью при личном контакте.
25. Методы анализа маркетинговой информации.
26. Этические проблемы маркетинговых исследований Информационные панели в маркетинге
27. Как следует поступать, если в одном исследовании надо сопоставить признаки, измеренные шкалами разного типа?
28. Какие требования предъявляются к изложению итогов?
29. Что такое вероятностный отбор? Объясните логику вероятностного отбора.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

30. Перечислите типы вероятностных выборок и процедуры их построения. Приведите примеры.
31. Что такое целевой отбор? Контексты использования, ограничения и виды.
32. Что такое «репрезентативная выборка»?
33. Что такое «закон больших чисел»?
34. Что собой представляет анализ данных? Какие методы анализа данных можно выделить? В чем их особенность?
35. Что такое кодирование информации и какие требования к нему предъявляются? 36. Какие статистические расчеты возможны при номинальном, порядковом и интервальном измерении?
37. Что такое средние величины? Какие правила необходимо соблюдать при их расчете?
38. Какие виды средних величин используются в анализе данных.
39. Для каких показателей можно рассчитывать средние величины?
40. На основе каких стандартов осуществляются процессы управления качеством, в том числе качеством проекта?

4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации:
4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации;
Порядок проведения защиты отчетов по практике:
1. Обучающийся готовит доклад и презентацию на основе отчета по практике.
2. Выступает с докладом, представляет презентацию. Продолжительность – 10 минут.
3. Собеседование включает ответы на вопросы по итогам заслушивания доклада. Продолжительность – 10 минут.
4.2. Критерии оценивания практики;
1. Владение понятийным аппаратом
Отлично/зачтено
Свободно владеет понятийным аппаратом, умеет использовать его при анализе социальных явлений.
Хорошо/зачтено
Владеет понятийным аппаратом, но при использовании его допускает неточности.
Удовлетворительно/зачтено
В основном знает содержание понятий, но допускает ошибки в их использовании.
Неудовлетворительно/незачтено
Не владеет основными понятиями по предмету.

2. Владение фактическим материалом по теме
Отлично/зачтено
Знание и свободное владение фактическим материалом по теме
Хорошо/зачтено
Незначительные неточности в изложении фактического материала.
Удовлетворительно/зачтено
Испытывает затруднения в изложении фактического материала.
Неудовлетворительно/незачтено
Не владеет фактическим материалом.

3. Знание принципов и технологий работы в конкретных ситуациях.
Отлично/зачтено
Достаточно глубоко знает принципы принятия и технологии реализации решений
Хорошо/зачтено
Допускает незначительные ошибки при определении принципов социальной работы.
Удовлетворительно/зачтено
Испытывает значительные затруднения при определении принципов социальной работы.
Неудовлетворительно/незачтено

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Отсутствуют знания основных принципов принятия социальной работы.

4. Умение выявлять и анализировать проблемы социального характера в конкретных ситуациях
Отлично/зачтено
Умеет выявлять и анализировать проблемы и предлагает способы их решения. Умеет оценивать результат.
Хорошо/зачтено
Допускает отдельные неточности и затруднения при анализе и выявлении проблем, предложении решений.
Удовлетворительно/зачтено
Испытывает значительные трудности при анализе фактического материала и формировании решения проблем.
Неудовлетворительно/незачтено
Ответы на поставленные вопросы отсутствует, либо не раскрывают сути вопроса.

5. Качество оформления отчета по практике
Отлично/зачтено
Соответствует принятому стандарту
Хорошо/зачтено
В целом, соответствует принятому стандарту, имеются незначительные отклонения в тексте работы
Удовлетворительно/зачтено
Стандарт соблюдается полностью лишь при оформлении титульного листа
Неудовлетворительно/незачтено
Не соответствует принятому стандарту

6. Характеристика с места прохождения практики
Отлично/зачтено
Положительная характеристика
Хорошо/зачтено
Положительная характеристика
Удовлетворительно/зачтено
Положительная характеристика с незначительными замечаниями
Неудовлетворительно/незачтено
Отрицательная характеристика

7. Выполнение индивидуального задания на практику
Отлично/зачтено
Задание выполнено в полном объеме. Отчет систематизирован, логика и анализ проблемы прослеживаются, обобщения и выводы автора соотносятся с устоявшимися в науке мнениями и отражают личную позицию автора. Отчет полностью соответствует требованиям оформления. При защите отчета студент показывает полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы.
Хорошо/зачтено
Индивидуальное задание на практику выполнено в полном объеме, с незначительными отклонениями. Отчет систематизирован, логика и анализ проблемы прослеживаются, обобщения и выводы автора соотносятся с устоявшимися в науке мнениями, но не отражают личную позицию автора. Отчет соответствует основным требованиям оформления При защите отчета студент показывает глубокие знания программного материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы, допуская незначительные погрешности.
Удовлетворительно/зачтено
Индивидуальное задание на практику выполнено частично или с погрешностями. Отчет отчасти систематизирован, логика и анализ проблемы прослеживаются, но обобщения и выводы автора требуют

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

доработки. Отчет по практике завершен, но есть отдельные замечания.
При защите отчета студент показывает достаточные программного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами, для получения правильного ответа требуется уточняющие вопросы.

Неудовлетворительно/незачтено

Не выполнена существенная часть или все задания по практики.
Отчет не систематизирован, логически не выстроен, отсутствует анализ проблемы, обобщений и выводов автора нет. Отчет по практике не завершен.
Ответы на поставленные вопросы отсутствует, либо не раскрывают сути вопроса.

8. Ведение дневника практики

Отлично/зачтено

Дневник заполнен своевременно, грамотно.
Виды работ представлены в соответствии с требованиями программы практики, носят описательный характер

Хорошо/зачтено

Дневник заполнен своевременно, грамотно. Виды работ представлены не полно, не профессиональным языком

Удовлетворительно/зачтено

Дневник заполнен неаккуратно, не своевременно Записи краткие, не соответствуют требованиям программы

Неудовлетворительно/незачтено

Дневник практики не велся

9.Выполнение индивидуального календарного плана работы

Отлично/зачтено

Календарный план работ выполнен

Хорошо/зачтено

Календарный план работ выполнен в целом, с незначительными отклонениями

Удовлетворительно/зачтено

Календарный план работ был нарушен однократно

Неудовлетворительно/незачтено

Календарный план работ не выполнен

10. Выполнение индивидуальных заданий

Отлично/зачтено

Обучающийся умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, грамотно изъясняется с использованием точных терминов и названий. Обучающийся практически не допускает ошибок при решении кейс-задания.

Хорошо/зачтено

Обучающийся хорошо знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, грамотно изъясняется использованием точных терминов и названий. Обучающийся допускает незначительные ошибки при решении кейс-задания.

Удовлетворительно/зачтено

Обучающийся знаком с материалом, владеет достаточным для изложения своей точки зрения словарным запасом. Обучающийся допускает ошибки при решении кейс-задания.

Неудовлетворительно/незачтено

Обучающийся не знает основных положений вопроса, не ориентируется в основных понятиях, излагает материал с трудом, с грубыми ошибками, либо отказывается решать кейс-задания.

11. Качество доклада на основе отчета по практике

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Отлично/зачтено
Свободное владение речью, логичность и последовательность в изложении материала, текст доклада тесно увязан с отчетом по практике
Хорошо/зачтено
Испытывает отдельные затруднения в логичности и последовательности изложения материала, текст доклада в основных моментах пересекается с отчетом по практике
Удовлетворительно/зачтено
Материал в значительной степени излагается бессистемно и с нарушением логических связей, текст доклада частично отражает содержание отчета по практике
Неудовлетворительно/незачтено
Отсутствие логики в изложении материала, текст доклада не отражает содержание отчета по практике

12. Презентация к докладу
Отлично/зачтено
Представленная информация кратка и ясна, полностью со-ответствует докладу. Презентация технически выполнена верно (легко читаемый текст, приемлемое сочетание цвета текста и фона).
Использованы эффекты, фоны, графики и звуки, акцентирующие внимание на изложенной информации.
Слайды просты в понимании.
Хорошо/зачтено
Достаточно точная информация.
Презентация технически выполнена верно (легко читаемый текст, приемлемое сочетание цвета тек-ста и фона).
Использованы некоторые эффекты и фоны. Слайды просты в понимании
Удовлетворительно/зачтено
Информация изложена частично. Презентация технически выполнена верно (легко читаемый текст, приемлемое сочетание цвета тек-ста и фона). Слайды просты в понимании.
Неудовлетворительно/незачтено
Информация не изложена.
Презентация технически выполнена не верно (трудно читаемый текст, не приемлемое сочетание цвета текста и фона).

13. Собеседование на защите отчета по практике
Отлично/зачтено
Обучающийся отлично знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом. Обучающийся практически не допускает ошибок.
Хорошо/зачтено
Обучающийся хорошо знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, Обучающийся допускает незначительные ошибки.
Удовлетворительно/зачтено
Обучающийся знаком с материалом, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом.
Обучающийся допускает фактические ошибки, не оперирует лексическим запасом.
Неудовлетворительно/незачтено
Обучающийся не знает основных положений вопроса, не ориентируется в основных понятиях, излагает материал с трудом, с грубыми фактическими ошибками, либо отказывается от ответов на вопросы.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.

Уровень освоения компетенций

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Оценка

высокий - отлично
средний - хорошо
базовый - удовлетворительно
компетенции не сформированы неудовлетворительно

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: формируются навыки оценивать эффективность применения конкретных методов и приемов профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга, способность контролировать и оценивать эффективность методов и приемов профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга.
- студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам, формулировать собственные выводы, получил оценку «отлично».

2.Средний уровень соответствует оценке хорошо:
- предполагает формирование компетенций на высоком уровне: формируется комплексное знание методов и приемов профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;
- студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».

3.Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно:
- предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных методов и приемов профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;
- студент способен отвечать на вопросы, не давая развернутого пояснения.

4.Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы, Производственная практика (научно-исследовательская работа)

Проректор по учебной работе утверждено 24.02.2025 А.А. Саламатов
Ученым советом факультета экономики и управления
Протокол заседания № 1 от 11.02.2025

Председатель Ученого совета
факультета экономики и управления согласовано А.А. Егорова

Заседанием кафедры социальной работы и социологии

Протокол заседания № 7 от 04.02.2025

Заведующий кафедрой согласовано Е.Ф. Павленко
Автор (составитель) Е.Ф. Павленко

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»