

**Приложение 2 к РПД Б1.В.05.ДВ.01.02 Социологическое сопровождение
рекламной деятельности
39.03.01 Социология
Направленность (профиль) – Цифровая и экспертно-аналитическая социология
Форма обучения – очная
Год набора – 2022**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Общие сведения

| | | |
|----|--------------------------|---|
| 1. | Кафедра | Философии и социальных наук |
| 2. | Направление подготовки | 39.03.01 Социология |
| 3. | Направленность (профиль) | Цифровая и экспертно-аналитическая социология |
| 4. | Дисциплина (модуль) | Б1.В.05.ДВ.01.02 Социологическое сопровождение рекламной деятельности |
| 5. | Форма обучения | Очная |
| 6. | Год набора | 2022 |

2. Перечень компетенций

– **ПК-2.** Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством)

3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

| Этапы формирования компетенций (разделы, темы дисциплины) | Формируемая компетенция | Критерии и показатели оценивания компетенций | | | Формы контроля сформированности компетенций |
|--|--|---|---|--|--|
| | | Знать: | Уметь: | Владеть: | |
| 1. Направления исследовательской деятельности в социологии, маркетинге и рекламе | ПК-2: Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством) | – теоретические и практические аспекты проведения социологических исследований в рекламе и маркетинге, методологию. | – выделять специфику целевой аудитории рекламы, – использовать социологические методы исследования для изучения рекламы. | – технологиями разработки инструментария исследований. | Практические задания, участие в групповых дискуссиях, доклад |
| 2. Методика и техника разработки исследовательского проекта | | | | | Практические задания, участие в групповых дискуссиях, доклад |
| 3. Методы социологических исследований в маркетинге и рекламе | | | | | Практические задания, участие в групповых дискуссиях, доклад |

Шкала оценивая в рамках балльно-рейтинговой системы МАГУ:

«не зачтено» – 60 баллов и менее, «зачтено» – 61-100 баллов

4. Критерии и шкалы оценивания

| Оценочное средство | Критерии оценки | Шкала оценивания |
|--|--|---|
| Доклад с презентацией | <p>Уровень овладения компетенциями, в т.ч.:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Полнота собранного теоретического контролируемого материала. – Свободное владение содержанием. – Умение соблюдать заданную форму изложения. – Умение создавать содержательную презентацию выполненной работы. | <ul style="list-style-type: none"> – 5 баллов – доклад содержит полную информацию по представляемой теме, основанную на обязательных литературных источниках и современных публикациях; выступление сопровождается качественным демонстрационным материалом (слайд-презентация, раздаточный материал); выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал; свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории; точно укладывается в рамки регламента (7 минут). – 1 балл – выступающий демонстрирует поверхностные знания по выбранной теме, имеет затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии курса; отсутствует сопроводительный демонстрационный материал. – 0 баллов – доклад не подготовлен либо имеет существенные пробелы по представленной тематике, основан на недостоверной информации, выступающим допущены принципиальные ошибки при изложении материала. |
| Участие в групповой дискуссии | <p>Уровень овладения компетенциями, в т.ч.:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Полнота знаний материала. – Умение анализировать проблему. | <ul style="list-style-type: none"> – 3 балла – профессиональная, грамотная речь; новизна и неординарность идеи; краткость и четкость изложения своих мыслей; этика ведения дискуссии; активность участия – - 0,5 балла – штрафные баллы (нарушение правил ведения дискуссии, некорректность поведения и т.д.) |
| Реферат | <p>Уровень овладения компетенциями, в т.ч.:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Полнота собранного теоретического контролируемого материала. – Свободное владение содержанием. – Умение соблюдать заданную форму изложения. – Умение создавать содержательную презентацию выполненной работы. | <ul style="list-style-type: none"> – 5 баллов – реферат содержит полную информацию по представляемой теме – 4 балла – реферат содержит небольшие неточности или помарки – 3 балла – реферат имеет небольшие нарушения в изложении вопроса, в оформлении работы – 2 балла – реферат имеет серьезные нарушения в изложении вопроса, в оформлении работы – 1 балл – реферат имеет серьезные нарушения в изложении вопроса, в оформлении работы, в соблюдении требований к объему и структуре – 0 баллов – реферат не подготовлен либо основан на недостоверной информации, содержит принципиальные, грубые ошибки |
| Участие в научных и социально-значимых мероприятиях института или университета | <p>Уровень овладения компетенциями, в т.ч.:</p> <p>Полнота владения навыками и умениями.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – 5 баллов – опора на знания основной и дополнительной литературы, умение связать усвоенные научные положения с практикой деятельности; профессиональная, грамотная речь; способность взять на себя ответственность, вырабатывать решения и принимать участие в их реализации; этика ведения дискуссии (+ наличие сертификата участника или иных документов, подтверждающих участие) |
| Практическое задание | <p>Уровень овладения компетенциями, в т.ч.:</p> <p>Полнота владения навыками и умениями.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – 12 баллов – задание выполнено правильно, в полном объеме, либо допущены одна-две незначительных ошибки – 0 баллов – задание не выполнено, либо допущены серьезные ошибки |
| Зачет | Уровень овладения | Баллы за ответ на 1 вопрос: |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>компетенциями, в т.ч.: Полнота знаний пройденного материала.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – 15-20 – обучающийся глубоко и всесторонне осветил проблематику вопроса; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, практически не прибегая к опорному конспекту; обучающийся не допускает неточностей в ответе; умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им положения; делает самостоятельные выводы и обобщения; свободно владеет понятиями; свободно отвечает на доп. вопросы, демонстрируя достаточно глубокое понимание материала – 10-15 – обучающийся достаточно полно осветил проблематику вопроса; обучающийся не допускает неточностей в ответе; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, только время от времени прибегая к опорному конспекту, подготовленному во время подготовки к зачету; обосновывает и аргументирует выдвигаемые им положения; пытается делать самостоятельные выводы и обобщения; свободно владеет понятиями; обучающийся не испытывает трудностей при ответе на доп. вопросы, которые должны продемонстрировать понимание материала, ответы в целом удовлетворительные – 5-10 – обучающийся в целом осветил проблематику вопроса; обучающийся допускает отдельные неточности в ответе; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, только с помощью опорного конспекта, подготовленного во время подготовки к зачету, испытывает серьёзные трудности при продолжительном отрыве от него; пытается аргументировать выдвигаем им положения; пытается делать выводы и обобщения; владеет основными понятиями; обучающийся пытается отвечать на доп. вопросы, которые должны продемонстрировать понимание материала, но испытывает трудности при ответе – 1-5 – обучающийся слабо осветил проблематику вопроса; обучающийся допускает неточности в ответе; излагает материал, только с помощью опорного конспекта, подготовленного во время подготовки к зачету, не может изложить больше 1-2 предложений по теме без отрыва от конспекта; не пытается делать выводы и обобщения; слабо владеет понятиями; обучающийся не отвечает на доп. вопросы, которые должны продемонстрировать понимание материала ИЛИ отвечает не верно – 0 – ответ отсутствует; ответ не имеет никакого отношения к содержанию вопроса |
|--|--|--|

5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

5.1. Типовые темы докладов и рефератов:

1. Основные функции рекламы.
2. Корпоративная этика.
3. Яркая идея, воплощенная в слогане.
4. Понятие общественного мнения и его основные свойства.
5. Структура и функции общественного мнения.

6. Социологические методы изучения общественного мнения.
7. Социологические аспекты комплекса рекламы.
8. Современная реклама и ее форматы.
9. Эффективность рекламного воздействия.
10. Интернет-реклама: достоинства и недостатки.
11. Психологические аспекты рекламы.
12. Типы целевых аудиторий.
13. Задачи рекламной деятельности.
14. Телевизионная реклама: достоинства и недостатки.
15. Отличие сайта от блога.
16. Социологическое обеспечение рекламной кампании.
17. Социально-демографические и другие характеристики аудитории и ее сознания как фильтры восприятия рекламы: тенденции, жизненные этапы, метод когорт в социологических исследованиях потребителей.
18. Ценности и стиль жизни как область и предмет социологического исследования поведения потребителей.
19. Модели основных типов мышления представителей целевых аудиторий.
20. Ценностное сегментирование молодежи.
21. Этика рекламных исследований.

5.2. Типовые задания для проведения дискуссии:

1. Какие общие задачи решают маркетинг и реклама, PR?
2. Как формируются стили жизни?
3. Реклама – это часть культуры.
4. Что было бы, если бы не было рекламы?
5. Кто является «героем нашего времени»?
6. Использование современных образов в рекламе.
7. Этические аспекты политической рекламы.
8. Роль аналитической деятельности в рекламном процессе.
9. Реклама как социальный феномен.
10. Данные исследований всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), посвященные теме рекламы.
11. В чем совпадают исследовательские интересы социологов и рекламодателей?

5.3. Примерный перечень вопросов к зачету

1. Современное состояние рекламной и маркетинговой деятельности.
2. Объект и направления исследований в социологии, маркетинге и рекламе.
3. Специфические отличия социологических, маркетинговых и рекламных исследований.
4. Виды, формы и особенности социологических рекламных исследований.
5. Вторичные исследования.
6. Первичные исследования.
7. Программа социологического исследования. Основные разделы. Виды исследований.
8. Подготовка проекта маркетингового исследования.
9. Количественные и качественные методы исследований.
10. Опросные методы сбора информации.
11. Качественные методы: фокус-группы, глубинные интервью.
12. Исследование передачи рекламных материалов.
13. Выборки в рекламных исследованиях.
14. Описательные методы анализа количественных данных.
15. Контент-анализ рекламы.
16. Определение, сущность и базисные типы рекламы.
17. Система маркетинговых коммуникаций как элемент комплекса маркетинга.
18. Рекламные кампании и их классификация.
19. Ценностное сегментирование молодежи.
20. Влияние рекламы на общественные сферы.
21. Эффекты и эффективность рекламной коммуникации.

22. Возрастные психологические особенности потребителей.
23. Законы психологии восприятия и способы манипуляции сознанием.
24. Акцентуация характеров и восприятие рекламы.
25. Влияние рекламы на общественные сферы общества.
26. Этика рекламных исследований.