

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Лариса Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.09.2026 10:31:20
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры

Социальные технологии и гуманитарные науки»

Протокол от 30.08.2023 № 1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств)
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

«Основы дипломного проектирования»

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе

бакалавриата

бакалавриата,
специалитета,
магистратуры

««Реклама и связи с общественностью»

наименование образовательной программы

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель

Калинина Д.С старший преподаватель

ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

Тольятти
2023

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
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	ИУК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм и методологических основ принятия организационно-управленческих и предпринимательских решений ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики ИУК-2.3. Перестраивает сложившиеся способы решения задач, выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов, в том числе с использованием цифровых средств
ОПК 1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

общенаучные и специальные методы исследований в профессиональной сфере; специфику познания, исследования, проектирования и прогнозирования в профессиональной сфере; основы социологического анализа и варианты организации исследований в профессиональной сфере; методологические основания, технологию и методику организации исследования актуальной профессиональной проблемы в рамках выполнения выпускной квалификационной работы, технологию и методику составления и оформления отчетной документации результатов прикладных исследований; требования к оформлению текста и научно-справочного аппарата выпускной квалификационной работы

Уметь:

организовывать на основе современных методов получения обработку и хранение научной информации в профессиональной сфере; формулировать и решать задачи, возникающие в ходе различных видов научно-исследовательской деятельности; выбирать необходимые методы исследования, исходя из задач конкретного исследования, обрабатывать полученные результаты, анализировать и осмысливать их с учетом имеющихся научных эмпирических данных; вести библиографическую работу с привлечением информационных технологий; представлять итоги проделанной работы в виде отчетов, текста выпускной квалификационной работы

Владеть:

методами оценивания различных явлений и процессов в профессиональной сфере; методами организации самостоятельной работы по подготовке выпускной квалификационной работы, опытом публичных выступлений и/или публикаций

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Компетенция
1.	Тема 1. Организационно-методические аспекты подготовки и защиты выпускной квалификационной работы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».	УК 2 ОПК 1
2.	Тема 2. Методологические проблемы дипломного проектирования.	УК 2 ОПК 1
3..	Тема 3. Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью.	УК 2 ОПК 1
4..	Тема 4. Маркетинговые исследования в рекламе связях с общественностью	УК 2 ОПК 1
5..	Тема 5. Оценочные исследования в рекламе и связях с общественностью.	УК 2 ОПК 1
6.	Тема 6. Практические аспекты организации исследований PR и рекламы в дипломном проектировании.	УК 2 ОПК 1
7.	Тема 7. Язык и стиль изложения в выпускной квалификационной работе.	УК 2 ОПК 1

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачет

Шкала оценки уровня сформированности компетенций		Шкала оценки уровня освоения дисциплины	
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная

			оценка/балл
Допороговый	Ниже 61	Ниже 61	«Не зачтено»
Пороговый	61-85,9	61-69,9	«Зачтено»
		70-85,9	«Зачтено»
Повышенный	86-100	86-100	«Зачтено»

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов к зачету

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

ОПК 1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

1. Требования к выполнению выпускной квалификационной работы.
2. Основные пути определения темы дипломного исследования.
3. Этапы организации работы над дипломным исследованием.
4. Композиционное построение выпускной квалификационной работы.
5. Понятие научной проблемы. Проблема и проблемная ситуация.
6. Этапы постановки проблемы.
7. Понятие гипотезы. Классификация гипотез. Логические требования к гипотезе.
8. Стадии работы над гипотезой. Проверка и принятие гипотезы.
9. Объект и предмет исследования в выпускной квалификационной работе.
10. Понятие метода. Его роль в научном познании.
11. Общелогические приемы познания (анализ и синтез, абстрагирование, обобщение, индукция и дедукция, аналогия и моделирование).
12. Методы чувственного (эмпирического) уровня познания (наблюдение, описание, измерение, эксперимент).
13. Методы рационального (теоретического) уровня познания (идеализация, формализация, гипотетико-дедуктивный метод, метод мысленного эксперимента).
14. Понятие прикладного социального исследования. История развития прикладных социальных исследований.
15. Различия между академической наукой, социальными обследованиями и социальными исследованиями.
16. Роль исследований в рекламе и связях с общественностью. Основные задачи и функции исследований в рекламе и связях с общественностью.
17. Значение критического анализа для рекламы и связей с общественностью.
18. Типология исследований в рекламе и связях с общественностью.
19. Академическое и прикладное исследования.
20. Оценка, диагностика, экспертиза.
21. Акционистские и партисипаторные исследования.
22. Специфика маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью.
23. Этапы и структура маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью.
24. Разработка концепции маркетингового исследования.
25. Методы маркетинговых исследований.
26. Определение маркетинговой стратегии компании.
27. Возможности рекламы в продвижении товаров и услуг.
28. Определение целевой аудитории, расчет уровня спроса, позиционирование.
29. Концепция продвижения и креативная идея.
30. Цель, задачи, функции оценки программ и проектов.
31. Сфера применения оценочных исследований.

32. Разновидности оценочных исследований.
33. Критерии (стандарты) оценки. Виды оценки. Принципы оценки программ.
34. Структура оценки. Этапы оценки.
35. Социологические опросы в PR и рекламе (анкеты, интервью).
36. Кейс стадии в PR и рекламе.
37. Социометрия и контент-анализ в исследованиях PR и рекламы.
38. Особенности формально-логического способа изложения научного текста.
39. Правила цитирования и заимствования в выпускной квалификационной работе.
40. Грамматические, синтаксические и стилистические особенности текста выпускной квалификационной работы.
41. Требования к составлению библиографического списка использованных источников (литературы) в выпускной квалификационной работе.
42. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы.

Примерный перечень заданий для тестирования

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

ОПК 1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

1. Этот этап предполагает работу студента с литературой методологического , нормативно-правового, статистического, научно-практического, методического и другого плана, позволяющую составить представление о ключевых вопросах темы ВКР
 - эмпирический
 - теоретический
2. Что не относится к этапу постановки проблемы
 - выдвижение проекта
 - анализ проблемы
 - оценка проблемы
 - обзор литературы по проблеме
3. Какого из видов гипотез в зависимости от достигаемого эффекта нет
 - описательная
 - интерпретационная
 - систематизирующая
 - объяснительная
 - принципиальная
4. Восстановление целостности объекта посредством соединения ранее выявленных признаков в единое целое
 - анализ
 - синтез
 - обобщение
5. Логический прием построения общего вывода на основе частных посылок
 - обобщение
 - синтез
 - индукция

6. Прием познания через создание и исследования его копии, замещающей оригинал по позициям, интересующие исследователей

- аналогия
- умозаключения
- моделирование

7. Что подразумевает постановка проблемы исследования?

- изучение структуры проблемы
- фиксация недостаточности знания в данной проблемной ситуации
- присвоение статуса проблемы

8. Приложение теорий, понятий, методов к анализу социальных проблем с целью произвести результаты, которые могли бы повлиять на их решение посредством внедрения в практику социальной работы, образования, трудовых отношений, городского планирования, социального управления и социальной политики

- критический амелиоризм
- прикладное социальное исследование
- рациональный активизм

9. Исследование, результаты которого непосредственно применяются на практике

- фундаментальное исследование
- академическое исследование
- прикладное исследование

10. Рефлексивный способ наделять людей способностью и властью предпринимать эффективные действия с целью улучшить их жизненную ситуацию посредством интеллектуальной деятельности

- прикладное исследование
- партисипаторное исследование
- акционистское исследование

11. На каком этапе постановки проблемы происходит уточнение цели исследования, границ и структуры исходной работы

- этап анализа
- этап оценки
- предварительная постановка проблемы

12. Оценка это

- сравнение, по итогам которого выносится суждение о качестве и разрабатываются рекомендации на будущее
- экспертиза программ и проектов, направленная на анализ работы программ, произведенного ими эффекта и сравнение этих результатов с определенными критериями
- степень успешности деятельности по достижению цели

13. Что такое «эффективность»

- инструмент развития
- сравнение, по итогам которого выносится суждение о качестве и разрабатываются рекомендации на будущее
- степень успешности деятельности по достижению цели

14. Текущий контроль деятельности

- мониторинг, в котором отслеживаются проведены ли все запланированные мероприятия, соблюдены ли планируемые временные рамки
- поиск ответа на вопрос: успешно или не очень действует организация

- процесс определения того, насколько организация

15. Оценка результативности

- сопоставление результатов программы с затраченными в ходе ее реализации ресурсами
- экспертиза организационного процесса выполнения программы от намеченных изначально целей
- мониторинг, в котором отслеживается, проведены ли все запланированные мероприятия, соблюдены ли планируемые временные рамки

16. Оценка эффективности

- сопоставление результатов программы с затраченными в ходе ее реализации ресурсами
- экспертиза организационного процесса выполнения программы от намеченных изначально целей
- мониторинг, в котором отслеживается, проведены ли все запланированные мероприятия, соблюдены ли планируемые временные рамки

17. Научное изложение состоит главным образом из

- рассуждений
- объяснений
- аналитики

18. Текст цитаты

- заключается в скобки
- выделяется другим шрифтом
- заключается в кавычки

19. Сноска делается

- с указанием источника
- с указанием источника и страницы цитирования
- без указания источника, но с указанием страницы

20. Стиль письменной научной работы

- диалог
- монолог с указанием лица
- безличный монолог