

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Лицей Финуниверситета

УТВЕРЖДАЮ
проректор по учебной и методической работе
Финансового университета

 Е.А. Каменева
«30» августа 2023 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА КУРСА ПО ВЫБОРУ
«СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В PR-МЕНЕДЖМЕНТЕ»**

Москва – 2023 г.

Рабочая программа рассмотрена
На заседании педагогического совета
Протокол № 1 от «28» августа 2023 г.

Рабочая программа курса по выбору «Социологические методы в PR-менеджменте» среднего общего образования

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Нормативная основа разработки программы

Рабочая программа курса по выбору «Социологические методы в PR-менеджменте» среднего общего образования составлена на основе требований к результатам освоения основной образовательной программы, представленных в Федеральном государственном образовательном стандарте среднего общего, а также с учётом Примерной программы воспитания, примерной основной образовательной программы среднего общего образования и учебного плана Лицея Финансового университета, примерной программы среднего общего образования по предмету «Экономика» (базовый уровень), примерной программы среднего общего образования по предмету «Обществознание» (базовый уровень).

Количество часов для реализации программы

В соответствии с учебным планом Лицея Финансового университета на изучение курса по выбору «Социологические методы в PR-менеджменте» выделено 68 часов, в том числе в X классе – 34 часа (1 час в неделю), в XI классе – 34 часа (1 час в неделю).

Цель реализации программы

Цель курса по выбору «Социологические методы в PR-менеджменте» – сформировать у учащихся знания, умения и навыки владения методиками прикладных социологических исследований в области PR-менеджмента.

Задачи организации учебной деятельности:

- формирование у учащихся теоретической базы, включающей знания о сущности PR-менеджмента, его основных направлениях и функциях;
- формирование у учащихся представлений о социологической науке как системе теоретических и прикладных наук; особенностях ее методологии и применимости социологического анализа в политической сфере;
- овладение системными социологическими знаниями на базовом уровне, включая современные научные методы познания и опыт самостоятельной исследовательской деятельности в области политики;
- формирование умений по разработке программы и инструментария социологического исследования в сфере связей с общественностью;
- овладение приемами работы со статистической, фактической и аналитической информацией; умение самостоятельно анализировать и интерпретировать данные для решения теоретических и прикладных задач;
- умение оценивать и аргументировать собственную точку зрения по проблемам PR-менеджмента.

Место курса по выбору в структуре основной образовательной программы

Курс по выбору «Социологические методы в PR-менеджменте» среднего общего образования является курсом, разработанным для обучения

учащихся старших классов социально-экономического профиля. Учитывает интересы, потребности и склонности, учащихся для помощи в дальнейшем выборе своей профессиональной деятельности.

Полученные при изучении предмета знания, умения и навыки позволят учащимся успешно усвоить последующие дисциплины учебного плана в высших учебных заведениях.

Курс «Социологические методы в PR-менеджменте» основывается на сумме знаний, полученных старшеклассниками в результате освоения предметов: «Обществознание», «История», «Экономика».

Данный курс по выбору сформирует у учащихся теоретические представления об обществе, закономерностях его функционирования и развития, социальных явлениях и процессах, социальных институтах и отношениях разного уровня, а также навыков их практического исследования, которые позволяют анализировать проблемы общества в сфере PR на практике.

Освоив этот курс, учащиеся получают хорошую базу для дальнейшего изучения социологии в области PR.

Используемые учебники и пособия

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Горшков М.К. Прикладная социология: методология и методы: Интерактивное учебное пособие / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги; М-во образ, и науки РФ, ФГАНУ "Центр социологических исследований", РАН, Ин-т социологии - М.: ФГАНУ "Центр социологических исследований", 2011,2012 -404 с. 1 CD
3. Кравченко С. А. Социология в 2 т. Т. 1. Классические теории через призму социологического воображения [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / С. А. Кравченко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 584 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/59D6C837-E0B3-477A-A20A-469E76CED840>
4. Кравченко С. А. Социология в 2 т. Т. 2. Новые и новейшие социологические теории через призму социологического воображения : учебник для академического бакалавриата / С. А. Кравченко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 636 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/C8FF03BD-1B7B-4537-96BF-C53B98DBCCSS>
5. Кудрявцев В. Н. Равноправие и равенство [Электронный ресурс]: монография / В. Н. Кудрявцев.- Репр.изд. - Москва: Норма: ИНФРА-М, 2017. - 184 с. - Режим доступа: <http://znanium.com>.
6. Кукушкина Е.И. История социологии [Электронный ресурс]: Учебник /

- Е.И. Кукушкина. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 464 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/363553>
7. Осипов Г. В. Социология. Основы общей теории: Учебник для вузов - Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2015 - 912 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=501622>.
 8. Силласте Г.Г. Экономическая социология: учебное пособие для студ. вузов, обуч. в бакалавриате и магистратуре по напр. "Социология" / Г.Г. Силласте; Финуниверситет - М.: Альфа-М, 2012, 2015 - 480 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2014. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468865>
 9. Социология. Основы общей теории [Электронный ресурс]: Учебник для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", НИЦ ИНФРА-М, 2015 - 912 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=501622>
 10. Тощенко Ж.Т. Социологические методы в PR-менеджменте: Учебник / Ж.Т. Тощенко; РГГУ; под ред. Ж.Т. Тощенко - М.: Юнити-Дана, 2015, - 623 с./ЭБС Университетская библиотека ONLINE.

Интернет-ресурсы

1. ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения). <http://www.wciom.ru/>
2. «Левада-центр» (www.levada.ru)
3. РОМИР (<http://www.romir.ru/>)
4. Социологические исследования (<http://www.isras.rssi.ru>)
5. Социологический журнал Института социологии РАН (<http://knowledge.isras.ru/sj>)
6. Фонд «Общественное мнение» (<http://www.fom.ru>)
7. Центр независимых социологических исследований (<http://www.indepsocres.spb.ru>)
8. «Gallup» <http://www.gallup.com/>

Научные журналы

1. СОЦИС (<http://socis.isras.ru>)
2. Экономическая социология (<http://www.ecsoc.msses.ru>)

Используемые технологии

Технологии, формы организации учебной деятельности, промежуточного и итогового контроля в рамках курса по выбору «Социологические методы в PR-менеджменте» направлены на формирование и развитие у учащихся спектра компетенций в области использования ИКТ, среди которых особенно выделены навыки:

– поиска и сбора информации из открытых источников, включающих в себя поисковые системы, электронные ресурсы библиотечных фондов (в том

числе библиотечно-информационного комплекса Финуниверситета), с учётом наиболее эффективных стратегий поиска, сбора и отсеивания информации;

- использования современных мультимедийных средств для выполнения и представления результатов самостоятельной и групповой работы;

- оформления цитирования и библиографического описания используемых в письменных работах источников в соответствии с требованиями ГОСТ и стандартами академической этики.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ КУРСА ПО ВЫБОРУ «СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В PR-МЕНЕДЖМЕНТЕ»

Личностными результатами освоения выпускниками средней школы курса по выбору «Социологические методы в PR-менеджменте» являются:

- развитие интересов в области связей с общественностью, научного мировоззрения, социологического мышления

- расширение кругозора учащихся, что призвано способствовать их профессиональному самоопределению;

- сформированность практических умений и навыков, необходимых для описания и анализа PR как социального феномена;

- развитие учебно-познавательных способностей учащихся, необходимых для дальнейшего изучения PR-менеджмента и для прикладной социологии;

- способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

Метапредметными результатами освоения выпускниками средней школы курса по выбору «Социологические методы в PR-менеджменте» являются:

- сформированность умения оперировать необходимыми понятиями и суждениями, использование для решения ключевых задач PR-менеджмента, связанных с мониторингом мнения общественности о деятельности субъекта связей с общественностью;

- развитие навыков логического изложения мысли;

- способность к критическому мышлению;

- владение навыками исследовательской работы;

- готовность планировать свою деятельность, проектировать и прогнозировать;

- умение использовать средства информационных и коммуникационных технологий (далее – ИКТ) в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности.

- умение работать с графиками, диаграммами и описывать их;

- сформированность навыков работы с источниками научно-популярной информации.

Предметные результаты

По окончании курса по выбору «Социологические методы в PR-менеджменте» учащиеся должны:

- знать: теоретические основы PR-менеджмента; основные понятия предметной области связей с общественностью; сущность и особенности PR-технологий;
- знать основы PR-консалтинга, методологию и методы анализа, оценки и прогнозирования явлений и процессов в сфере связей с общественностью;
- уметь использовать методы социологии для консалтинговой деятельности в сфере анализа, оценки и прогнозирования результатов PR-менеджмента;
- владеть методами социологической диагностики при осуществлении консультационной деятельности в рамках сбора, обработки и интерпретации социальной информации для решения организационно-управленческих задач в сфере PR;
- знать основные положения по организации и проведению мониторинговых мероприятий в сфере связей с общественностью;
- знать основы социологического анализа и оценки потенциала субъектов PR-деятельности различных уровней и их возможностей взаимодействия с внутренней и внешней общественностью (стейкхолдерами).

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА ПО ВЫБОРУ «СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В PR-МЕНЕДЖМЕНТЕ»

10 КЛАСС

ТЕМА 1. Социологические методы в PR-менеджменте как учебная дисциплина

Объект и предметная область дисциплины, ее взаимосвязь с другими социогуманитарными и экономическими дисциплинами, входящими в программу среднего общего образования. Основные разделы дисциплины. Цель и задачи дисциплины, их теоретическое и практическое значение для учащихся. Основные принципы учебно-воспитательного процесса в рамках дисциплины. Проектный подход: сущность, алгоритм реализации.

ТЕМА 2. Public Relations: определение, основные функции и направления

Проблема определения PR-деятельности в отечественной и зарубежной практике. PR-деятельность как творческий процесс и как функция менеджмента организации. Основные субъекты и объект PR-деятельности. Основные направления PR-деятельности: мониторинг общественного мнения и мероприятия, направленные на формирование имиджа субъекта PR-деятельности. Ключевые принципы PR-менеджмента: планомерность, комплексность, непрерывность, оперативность, объективность, эффективность, обратная связь. Основные функции PR-менеджмента: установление взаимопонимания и доверительных отношений между субъектом PR-деятельности и общественностью; создание «положительного

образа»; сохранение репутации; создание у представителей внутренней общественности чувства причастности; расширение сферы влияния.

ТЕМА 3. Понятие общественности в PR-менеджменте

Общественность в PR-менеджменте: определение, основные субъекты. «Внутренняя» и «внешняя» общественность. Основные направления и каналы PR-деятельности. Основные мероприятия по установлению связей с общественностью.

ТЕМА 4. Социология как наука: объект и предметная область

Объект и предмет социологии, ее связь с другими общественными науками и отличие от них. Новаторский подход О. Конта. Многообразие теоретических парадигм и взглядов на понимание объекта и предмета социологии. Понятие «социальное» и его роль в социологическом познании. Структура современного социологического знания. Основные уровни и способы построения социологической теории. Социологические законы и категории. Состояние и перспективы развития социологии. Функции социологии: методологическая, познавательная, прогностическая, прикладная (социотехническая), воспитательная.

ТЕМА 5. Основные парадигмы в истории социологии

Классические социологические теории. Развитие социологических теорий в трудах Г. Спенсера. Натуралистические школы в социологии. Теория социальной эволюции. Социология марксизма: материалистическое понимание истории, общественно-экономические формации, классы и классовая борьба, сущность государства и исторические пути его развития. Социология Э. Дюркгейма. Теория общественного разделения труда. Социологическое определение «механической» и «органической» солидарности. Понятие аномии. Концепция «социального действия» М. Вебера. Теория «рационализации». Феномен бюрократии. Проблема легитимности власти. Социологические теории Г. Зиммеля, Ф. Тенниса, В. Парето. Теория социальной дифференциации.

Западная социология в XX столетии. Доктрина «человеческих отношений» Э. Мейо. Институт исследования общественного мнения Дж. Гэллапа. Франкфуртская школа психоаналитического направления в социологии. Теория социальной стратификации и социальной мобильности П.А. Сорокина. Структурный функционализм Т. Парсонса и Р. Мертона. Теория социального конфликта (Р. Дарендорф, Л. Козер). Символический интеракционизм (Дж. Мид, Г. Блумер, А. Роуз, Т. Стоун). Феноменологическая социология (А. Шюц, П. Бергер, Г. Гарфинкель). Теории социального обмена (Дж. Хоманс, П. Блау).

Современные социологические теории. Основные направления развития макро- и микросоциологических теорий в 80-90-е гг. XX в. Идея когерентности социологических теорий и ее развитие в трудах Э. Гидденса, Ю. Хабермаса, Дж. Александера, М. Хечтера и др.

ТЕМА 6. Основы прикладной социологии

Функции и роль понятийного аппарата в социологических исследованиях. Концептуализация предметной области исследования: упорядочивание, разработка понятийных схем, сравнение и синтез, порождение понятий и концепций. Теоретическая, операциональная и эмпирическая интерпретация понятий. Переход от концептуальной модели исследования к описанию предметной области исследования. Установление взаимосвязи между ключевыми понятиями и эмпирическими индикаторами, относящимися к предметной области исследования.

Разработка понятийных и эмпирических индикаторов – основное содержание процедуры теоретической и эмпирической интерпретации понятий. Эмпирический индикатор как показатель признаков объекта, доступных наблюдению и измерению. Операционализация понятий – раскрытие содержания эмпирических признаков и средств их фиксации. Границы операционализации понятий в социологическом исследовании.

ТЕМА 7. Программа социологического исследования: предназначение, структура, алгоритм разработки

Программа – документ, содержащий развернутый методологический и методический, организационный план социологического исследования. Основные функции программы в социологическом исследовании: методологическая, методическая, прогнозная, организационно – технологическая. Теоретическое осмысление проблемы – исходная посылка составления программы исследования. Структура программы социологического исследования: теоретико-методологическая и методико-процедурная части. Соотношение фундаментально – теоретического и эмпирического в программе социологического исследования. Основные компоненты программы социологического исследования и их композиция. Итерация (относительное повторение) элементов программы исследовательских процедур на различных этапах социологического исследования.

ТЕМА 8. Измерение в социологии

Свойства эмпирической информации. Понятие измерения. Измерение качественных и количественных признаков. Способы проверки процедуры измерения на надежность. Проверка шкал на обоснованность, устойчивость и правильность. Типичные ошибки в использовании шкал. Виды шкал. Номинальные шкалы (простая номинальная шкала, частично упорядоченная номинальная шкала, порядковая шкала). Метрические шкалы. Важнейшие ограничения квантификации первичных социальных характеристик.

ТЕМА 9. Выборка в социологическом исследовании

Сущность выборки. Генеральная и выборочная совокупность. Место выборочного метода в решении социологических задач. Основные понятия выборочного метода. Вероятностные и не строго случайные методы построения выборки. Основные типы выборки, построение методом вероятностного отбора. Качество оценки генеральной совокупности по результатам выборочного исследования: несмещенность, состоятельность,

эффективность. Репрезентативность выборки как свойство, позволяющее моделировать характеристики генеральной совокупности, значимые с точки зрения социологического исследования.

11 КЛАСС

ТЕМА 1. Количественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм сбора данных

Понятие количественного метода в социологическом исследовании. Специфика инструментария в количественных методах. Анкетирование и формализованное интервью. Их особенности, достоинства и недостатки. Специфика использования анкетирования в социологических исследованиях, его возможности и преимущества. Этапы анкетного опроса. Социологическая анкета, ее логическая и организационная структура. Основные принципы и правила проектирования социологической анкеты. Виды вопросов анкеты, ее композиция и оформление. Необходимые условия организации и успешного проведения анкетирования.

ТЕМА 2. Количественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм обработки и описания данных

Обработка данных массовых опросов: подготовка данных к обработке, редактирование анкет, способы кодирования данных. Процедура кодирования открытых вопросов. Основные этапы статистической обработки данных с применением статистического пакета для социальных наук (SPSS).

ТЕМА 3. Количественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм анализа данных

Основные процедуры и уровни анализа результатов исследования. Описательный и объяснительный варианты анализа данных. Статистические и количественные методы обработки и анализа социологических данных. Методы научного описания: описание простых распределений, эмпирическая типологизация. Дескриптивный статистический анализ (совокупность, признак, группировка, вариационный ряд и его характеристики, виды эмпирических распределений. Показатели средней и колеблемости. Статистическое исследование зависимостей: общая схема, связь с уровнем измерения. Анализ таблиц сопряженности. Проверка гипотез: виды ошибок при проверке гипотез.

ТЕМА 4. Качественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм проведения глубинного интервью

Понятие качественного метода в социологическом исследовании. Специфика инструментария в качественных методах. Особенности интервью как метода сбора социальной информации. Функциональное и общее отличие интервью от анкетного опроса. Сущность и характерные особенности интервью. Преимущества и недостатки метода. Этапы подготовки и проведения интервью. Типы интервью. Трудности проведения интервью в социологическом исследовании. Подготовка и подбор интервьюеров. Качества, знания и умения интервьюера. «Эффект интервьюера».

Особенности обработки и анализа информации, полученной методом интервью.

ТЕМА 5. Качественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм проведения социометрического замера

Общая характеристика социометрического метода как способа измерения и анализа межличностных отношений в малой социальной группе, его возможности и ограничения. Социометрические критерии, их виды. Процедура проведения социометрического опроса. Социометрическая картотека. Социометрическая матрица. Анализ результатов социометрических измерений. Социометрические индексы и их виды. Социограмма. Проблема измерения групповой сплоченности. Использование социометрической методики для изучения и иерархии групповых ценностей.

ТЕМА 6. Качественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм проведения фокус-группы

Понятие фокус-группы. Место метода в системе методов социологического исследования. Групповая динамика и этнографический подход как основные методологические принципы метода фокус-группы. Методы «снежного кома», видеозаписи, «одностороннего зеркала» и др. Решающая роль модератора в фокус группе. Методы анализа данных фокус-группы. Границы и сферы применения метода.

ТЕМА 7. Социологическое исследование в сфере PR: алгоритм разработки рекомендаций по оптимизации взаимоотношений субъекта PR-деятельности с общественностью

Взаимосвязь теории и практики в PR-менеджменте. Социологическое исследование в PR-менеджменте как инструмент мониторинга общественного мнения. Взаимосвязь мониторинга и других направлений PR-деятельности. Влияние общественного мнения на PR-менеджмент.

ТЕМА 8. Социологическое исследование в сфере PR как проект: структура, основные требования к исполнению

Понятие исследовательского проекта, роль проектной деятельности в современных исследовательских практиках. Основные субъекты проектной деятельности: заказчик, исполнители, эксперты. Требования к проектной деятельности, роль заказчика и исполнителей в формировании требований. Проектная документация: программа, дорожная карта, техническое задание, пр. Формы отчетности в проектной деятельности.

ТЕМА 9. Презентация социологического исследования в сфере PR: основные виды, алгоритм подготовки

Понятие презентации социологического исследования. Виды презентаций, их взаимосвязь с социологическим проектом. Основные требования к презентации социологического проекта в сфере PR. Алгоритм подготовки презентации в зависимости от форм отчетности.

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

10 класс

№ п/п	Тема	Количество часов на изучение
1.	Социологические методы в PR-менеджменте как учебная дисциплина	1
2.	Public Relations: определение, основные функции и направления	4
3.	Понятие общественности в PR-менеджменте	2
4.	Социология как наука: объект и предметная область	3
5.	Основные парадигмы в истории социологии	7
6	Основы прикладной социологии	2
7	Программа социологического исследования: предназначение, структура, алгоритм разработки	8
8	Измерение в социологии	5
9.	Выборка в социологическом исследовании	2
	Итого	34

11 класс

№ п/п	Тема	Количество часов на изучение
1.	Количественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм сбора данных	5
2.	Количественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм обработки и описания данных	3
3.	Количественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм анализа данных	2
4.	Качественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм проведения глубинного интервью	3
5.	Качественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм проведения социометрического замера	2
6.	Качественные методы в социологическом исследовании PR-деятельности: алгоритм проведения фокус-группы	2
7.	Социологическое исследование в сфере PR: алгоритм разработки рекомендаций по оптимизации взаимоотношений субъекта PR-деятельности с общественностью	5
8.	Социологическое исследование в сфере PR как проект: структура, основные требования к исполнению	5
9.	Презентация социологического исследования в сфере PR: основные виды, алгоритм подготовки	7
10.	Итого	34

МЕТОДЫ И ФОРМЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ КУРСА ПО ВЫБОРУ «СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В PR-МЕНЕДЖМЕНТЕ»

Деятельность учащихся на уроках политической социологии оценивается с позиций современных образовательных технологий: личностного подхода в обучении, развивающего обучения и успешности

деятельности учащихся. Задания носят посильный развивающий характер. Оценивание имеет форму стимулирования обучения и саморазвития школьника в рамках возможностей учащихся.

Инструментарий для оценивания результатов: контрольные работы, домашнее творческое задание, индивидуальные задания, тесты, устный опрос, презентации.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования учащихся, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- 1) обсуждение вынесенных в планах занятий вопросов по предыдущим темам;
- 2) доклады с презентацией на заранее заданные темы

Промежуточный контроль: контрольная работа и/или домашнее творческое задание

Оценивание устных ответов

Устный опрос является одним из основных способов учета знаний учащихся по политической социологии. Развернутый ответ ученика должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Оценка «5» ставится, если ученик: 1) полно излагает изученный материал, дает правильное определение понятий; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «4» ставится, если ученик дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «3» ставится, если ученик обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «2» ставится, если ученик обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке ученика, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Оценка («5», «4», «3») может ставиться не только за единовременный ответ (когда на проверку подготовки ученика отводится определенное время), но и за рассредоточенный во времени, то есть за сумму ответов, данных учеником на протяжении урока (выводится поурочный балл), при условии, если в процессе урока не только заслушивались ответы учащегося, но и осуществлялась проверка его умения применять знания на практике.

Оценивание домашнего творческого задания

Оценка «5» выставляется, если: работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению;

Оценка «4» выставляется, если раскрыто основное содержание материала. В основном правильно даны определения понятий и использованы научные термины. Ответ самостоятельный. Определения понятий неполные, допущены незначительные нарушения последовательности изложения, небольшие неточности при использовании научных терминов или в выводах и обобщениях из наблюдений и опытов

Оценка «3» выставляется, если: основные требования выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем работы выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении;

Оценка «2» выставляется, если:

- тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформлении работы;
- работа учащимся не представлена.

Оценивание контрольных работ

Оценка «5» ставится за работу, выполненную без ошибок и недочетов или имеющую не более одного недочета.

Оценка «4» ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней:

- не более одной негрубой ошибки и одного недочета,
- или не более двух недочетов.

Оценка «3» ставится в том случае, если ученик правильно выполнил не менее половины работы или допустил:

- не более двух грубых ошибок,
- или не более одной грубой ошибки и одного недочета.
- или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета,
- или не более двух-трех негрубых ошибок,

– или одной негрубой ошибки и трёх недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.

Оценка «2» ставится, когда число ошибок и недочетов превышает норму, при которой может быть поставлена оценка “3”, или если правильно выполнено менее половины работы.