**СИЛЛАБУС**

**Весенний семестр 2023-2024 учебного года**

**Образовательная программа6В03203 - «Связи с общественностью»**

**3 курс, русское отделение**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ID и наименование дисциплины** | | **Самостоятельная работа студента**  **(СРС)** | | | **Кол-во кредитов** | | | **Общее**  **кол-во кредитов** | **Самостоятельная работа студента**  **под руководством преподавателя (СРСП)** |
| **Лекции (Л)** | **Практ. занятия (ПЗ)** | **Лаб. занятия (ЛЗ)** |
| OIOM 2211  Оценка и измерение общественного мнения. | | 5 | | | 1,7 | 3,0 | 0 | 5 | 6 |
| **АКАДЕМИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ** | | | | | | | | | |
| **Формат обучения** | | **Цикл,**  **компонент** | | **Типы лекций** | | **Типы практических занятий** | | **Форма и платформа**  **итогового контроля** | |
| Офлайн | | Базовая дисциплина компонент по выбору | | Проблемная, бинарная ивизуализированная | | Ситуационные задания, деловые игры и командная работа | | Стандартный устныйоффлайн  ИС «Univer» | |
| **Лектор - (ы)** | | КудабайАрманАктайулы | | | | | |
| **e-mail:** | | kudabay.arman@inbox.ru | | | | | |
| **Телефон:** | | 377-34-43, внутр. 1344: моб. 7-701-6900692 (моб.) | | | | | |
| **Ассистент- (ы)** | | КутпанбаеваЖазираБектемисовна | | | | | |
| **e-mail:** | | zhaz2704@mail.ru | | | | | |
| **Телефон:** | | 7-747-2716266 | | | | | |
| **АКАДЕМИЧЕСКАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** | | | | | | | | | |
| **Цель дисциплины** | | **Ожидаемые результаты обучения (РО)**  В результате обучения по дисциплине обучающийся будет способен | | | | | | **Индикаторы достижения РО (ИД)** | |
| Цель курса: ознакомить студентов с институтом общественного мнения, его значения в информационную эпоху; формирование навыков использования коммуникативных, интегрированных маркетинговых, PR и иных технологий для управления общественным мнением. | | 1. Осознать единство исторических, экономических, социальных и технологических процессов на примере диалектики развития института общественного мнения. | | | | | | 1.1 Излагать свободно сущностные константы профессии, осознавать роль общественного мнения в структуре науки. | |
| 1.2 Знать и применять теоретические и практические аспекты масс-медийной науки. | |
| 1.3Правильно применять категориальный и концептуальный аппарат в исследовании проблем медиа и изучения общественного мнения. | |
| 2. Иметь представления о сущности и специфике института общественного мнения, исторических предпосылках его изучения. | | | | | | 2.1 Иисследовать особенности и характеристики общественного мнения; сформироватьприемы и навыки аналитического подхода к изучению и использованию масс-медиа. | |
| 2.2 Делать анализ статической и динамической структуры общественного мнения с указанием стратегии управления им с позиций заинтересованных субъектов коммуникации. | |
| 2.3 Овладеть навыками анализа социологических данных результатов изучения общественного мнения для принятия управленческих решений. | |
| 3.Овладеть основными методами и техниками сбора, обработки и анализа социологических данных в рамках анализа общественного мнения; | | | | | | 3.1 Объяснять причины и законы формирования того или иного состояния общественного мнения. | |
| 3.2.Разрабатывать коммуникационные проекты (рекламной или PR-кампании / мероприятия) с использованием технологий изучения общественного мнения. | |
| 3.3.Изучать современные достижения изучения общественного мнения. | |
| 4.Вносить оперативные и долгосрочные коррективы м медиа-контент, осознавая воздействие общественного мнения. Предлагать изменения содержания медиа-контента в соответствии с ментальными особенностями восприятия. | | | | | | 4.1 Применять и активно использовать достижения Казахстана, лидеров мнений, граждан в имиджевой политике. | |
| 4.2 Использовать методы и приемы построения контента в соответствии с менталитетом. | |
| 4.3 Изучить возможности масс-медийной психологии для будущей профессии. | |
| 5. Уметь отражать контраргументами на критику воздействия масс-медиа | | | | | | 5.1 Отличать реальность и мифы, связанные с воздействием СМИ. | |
| 5.2Реагировать на кризисы и манипуляции разного рода. | |
| 5.3Использовать инновационные методики современной медиа-психологии. | |
| **Пререквизиты** | | «Введение в «связи с общественностью (PR)», «PR-технологии», «Теория и практика паблик рилейшнз» | | | | | | | |
| **Постреквизиты** | | «Репутация и деловой капитал», «Страновой брендинг и международный PR» | | | | | | | |
| **Учебные ресурсы** | | **Литература**  **Учебная литература**:  1. Ахметова Л.С., Принципы делового общения: учеб. пособие - М.: Акад. Естествознания, 2015. – 123 с.  2. Технологии управления общественным мнением: учебное пособие / В.О.Шпаковский, Е.С. Егорова, О.В. Милаева [и др.]. – М.: Инфра-Инженерия, 2019. – 240 c.  3. Франц В.А., Управление общественным мнением. Учеб. Пособие – Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2016. – 135 с.  4. Ядов В.А., Стратегия социологического исследования – М.: ОМЕГА-Л, 2005.  5. Докторов Б.З., Первопроходцы мира мнений: от Гэллапа до Грушина. – М. Ин-т фонда "Обществ. мнение", 2005. – 237 с.  6. Липпман У., Общественное мнение – М.: Изд-во Фонда «Общественное мнение», 2004.  8. Грушин Б.А., Мнения о мире и мир мнений: проблемы методологии исследования общественного мнения – М.: Политиздат , 1967. – 399 с.  7. Кудабай А.А., Манипулятивные составляющие коммерческой рекламы» –А.: «Қазақуниверситеті», 2018. – 162 с  **Интернет-ресурсы:**  httр://sovetnik.ru Журнал «Советник»  httр://www.mediascope.ru Научные материалы по специальности  ВЦИОМ. Новости <https://wciom.ru/>  Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены // <https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring>  ОФ «Центр социальных и политических исследований «Стратегия» https://www.ofstrategy.kz/  Способы опроса общественного мнения <https://molotokrus.ru/sposoby-oprosa-obschestvennogo-mneniya/>  Центр Изучения Общественного Мнения // <https://ciom.kz/>  Исследовательский институт «Общественное мнение» // <https://opinions.kz/ru>  Экзитполы продемонстрировали победу Токаева на выборах президента Казахстана | Forbes.ru // <https://www.forbes.ru/society/481362-ekzitpoly-prodemonstrirovali-pobedu-tokaeva-na-vyborah-prezidenta-kazahstan> | | | | | | | |
| **ИНФОРМАЦИЯ О ПРЕПОДАВАНИИ, ОБУЧЕНИИ И ОЦЕНИВАНИИ** | | | | | | | | | |
| **Балльно-рейтинговая**  **буквенная система оценки учета учебных достижений** | | | | | | **Методы оценивания** | | | |
| **Оценка** | **Цифровой**  **эквивалент**  **баллов** | | **Баллы,**  **% содержание** | **Оценка по традиционной системе** | | **Критериальное оценивание** – процесс соотнесения реально достигнутых результатов обучения с ожидаемыми результатами обучения на основе четко выработанных критериев. Основано на формативном и суммативном оценивании.  **Формативное оценивание –** вид оценивания, который проводится в ходе повседневной учебной деятельности. Является текущим показателем успеваемости. Обеспечивает оперативную взаимосвязь между обучающимся и преподавателем. Позволяет определить возможности обучающегося, выявить трудности, помочь в достижении наилучших результатов, своевременно корректировать преподавателю образовательный процесс. Оценивается выполнение заданий, активность работы в аудитории во время лекций, семинаров, практических занятий (дискуссии, викторины, дебаты, круглые столы, лабораторные работы и т. д.). Оцениваются приобретенные знания и компетенции.  **Суммативное оценивание** –вид оценивания, который проводится по завершению изучения раздела в соответствии с программой дисциплины.Проводится 3-4 раза за семестр при выполнении СРО. Это оценивание освоения ожидаемых результатов обучения в соотнесенности с дескрипторами. Позволяет определять и фиксировать уровень освоения дисциплины за определенный период. Оцениваются результаты обучения. | | | |
| A | 4,0 | | 95-100 | Отлично | |
| A- | 3,67 | | 90-94 |
| B+ | 3,33 | | 85-89 | Хорошо | |
| B | 3,0 | | 80-84 | **Формативное и суммативное оценивание** | | | **Баллы % содержание** |
| B- | 2,67 | | 75-79 | Активность на лекциях | | | 5 |
| C+ | 2,33 | | 70-74 | Работа на практических занятиях | | | 20 |
| C | 2,0 | | 65-69 | Удовлетворительно | | Самостоятельная работа | | | 25 |
| C- | 1,67 | | 60-64 |
| D+ | 1,33 | | 55-59 | Проектная и творческая деятельность | | | 10 |
| D | 1,0 | | 50-54 |
| FX | 0,5 | | 25-49 | Неудовлетворительно | | Итоговый контроль (экзамен) | | | 40 |
| F | 0 | | 0-24 | ИТОГО | | | 100 |
| **Календарь (график) реализации содержания дисциплины. Методы преподавания и обучения.** | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Неделя** | **Название темы** | **Кол-во часов** | **Макс.**  **балл** |
| **МОДУЛЬ 1**  **Общественное мнение как наука и практика.** | | | |
| 1 | **Л1.** Общественное мнение как предмет социологического изучения.Общественное мнение и общественное сознание. | 1 | 3 |
| **ПЗ 1.**Зачем изучать общественное мнение? | 2 | 7 |
| 2 | **Л2.** Общественное мнение в философских и социологических концепциях. | 1 | 3 |
| **ПЗ 2.**Теории общественного мнения. | 2 | 7 |
| **СРОП 1.** Консультации по выполнению **СРО1**. Имена и компании сферы общественного мнения. | 1 | 0 |
| 3 | **Л3.**Организация исследований общественного мнения и включения его в практику управления в СССР, СНГ, РК и за рубежом.Теоретические и прикладные исследования. | 1 | 3 |
| **ПЗ 3.**Казахстанские и зарубежные институты изучения общественного мнения. | 2 | 7 |
| **СРО 1.** Имена и компании индустрии изучения общественного мнения. | 1 | 10 |
| 4 | **Л4.**Параметры и характеристики общественного мнения.Динамика общественного мнения. | 1 | 3 |
| **ПЗ 4.**Психологические характеристики общественного мнения: направленность, интенсивность, широта и глубина (самостоят.исследование). | 2 | 7 |
| **СРОП2.** Консультации по выполнению **СРО 2.**Психологические характеристики изучаемой аудитории | 6 | 0 |
| 5 | **Л5.** Характеристики аудитории и модели формирования ответов в массовых опросах: информация, предрасположенность, мнение. Спираль молчания. | 1 | 3 |
| **ПЗ 5.**Преодоление психологических барьеров. | 2 | 7 |
| **СРО2.**Психологические характеристики изучаемой аудитории (самостоят.исследование). | 1 | 10 |
| 6 | **Л6.**Методы изучения общественного мнения. Субъекты и объекты общественного мнения. Наблюдение и фокус-группа. Глубинное интервью. | 1 | 3 |
| **ПЗ 6.**Программа опроса. Выборка в опросах общественного мнения. | 2 | 7 |
| **СРОП 3.** Консультации по выполнению **СРО 2.**План программы общественного опроса. | 6 | 0 |
| 7 | **Л7.**Интервьюирование и анкетирование в опросах общественного мнения. Массовый опрос.Прессовый, почтовый, телефонный и онлайновый опрос. | 1 | 3 |
| **ПЗ 7.**Проведение анкетного опроса и интервьюирования. | 2 | 7 |
| **СРО 3.** Составление программы анкетного опроса и интервьюирования. | 1 | 10 |
| **Рубежный контроль 1** | | | **100** |
| **МОДУЛЬ 2**  **Формирование и изучение общественного мнения в различных сферах.** | | |  |
| 8 | **Л8.**Технологии формирования общественного мнения. Воздействие на общественное мнение. | 1 | 3 |
| **ПЗ 8.**Манипуляции и общественное мнение. | 2 | 7 |
| 9 | **Л9.**Общественное мнение и массмедиа. СМИ как организатор и выразитель общественного мнения. | 1 | 3 |
| **ПЗ 9.**Общественное мнение на страницах и в эфире СМИ. | 2 | 7 |
| 10 | **Л10.**Специфика управления общественным мнением в различных сферах социальных коммуникаций: политика, экономика, культура, спорт и др. | 1 | 3 |
| **ПЗ 10.**Менталитет и общественное мнение. | 2 | 7 |
| **СРОП4.**Консультация по выполнению **СРО4.**Фокус-группы. | 1 | 0 |
| 11 | **Л11.**Общественное мнение в бизнесе.Цели и задачи общественного мнения в сфере бизнеса. | 1 | 3 |
| **ПЗ 11.** Определение целевых установок для бизнес-исследования общественного мнения. | 2 | 7 |
| **СРО4.** Организация фокус-группы и изучение мнения фокус-группы (самостоят.исследование). | 6 | 10 |
| 12 | **Л12.**Общественное мнение в политике.Цели и задачи общественного мнения в сфере политики. | 1 | 3 |
| **ПЗ 12.**Определение целевых установок для политического исследования общественного мнения. | 2 | 7 |
| 13 | **Л13.**Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний | 1 | 3 |
| **ПЗ 13.**Экзит-поллы. | 2 | 7 |
| **СРОП5**.Консультация по выполнению **СРО 5.** | 6 | 0 |
| 14 | **Л14.**Общественное мнение в гражданских инициативах. | 1 | 3 |
| **ПЗ 14.**Определение целевых установок для исследования общественного мнения в НПО. | 2 | 7 |
| **СРО 5.** Представление завершенного проекта изучения общественного мнения. |  | 10 |
| 15 | **Л15.**Обработка результатов изучения общественного мнения. | 1 | 3 |
| **ПЗ 15.**Источники ошибок и погрешностей при его изучении. | 2 | 7 |
| **Рубежный контроль 2** | | | **100** |
| **Итоговый контроль (экзамен)** | | | **100** |
| **ИТОГО за дисциплину** | | | **100** |

**Декан факультета журналистики**

**доцент, к.филол.н.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Копбаев Т.М.**

**Заведующий кафедрой ЮНЕСКО**

**по журналистике и коммуникации,**

**профессор, д.филол.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Шынгысова Н.Т.**

**Лектор**

**ст.преподаватель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Кудабай А.А.**

**Рубрикатор суммативного оценивания**

**Критерии оценивания результатов обучения**

**СРС 1 «Имена и компании индустрии изучения общественного мнения» (10% от 100% РК)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **«Отлично»**  10-12% | **«Хорошо»**  7-9% | **«Удовлетворительно»**  4-6% | **«Неудовлетворительно»**  0-3% |
| **Осознание единства исторических, экономических, социальных и технологических процессов на примере развития института общественного мнения.** | Точное понимание единства исторических, экономических, социальных и технологических процессов. | Понимание в общих чертах единства исторических, экономических, социальных и технологических процессов. | Ограниченное понимание единства исторических, экономических, социальных и технологических процессов данных. | Отсутствие понимания единства исторических, экономических, социальных и технологических процессов или плагиат. |
| **Знание основных имен и компаний в индустрии изучения общественного мнения.** | Приведены в полной мере имена и названия компаний в индустрии изучения общественного мнения. | Приведены имена и названия компаний в индустрии изучения общественного мнения. | Приведены случайные имена и названия компаний в индустрии изучения общественного мнения. | Примеры неверныеимена и названия компаний в индустрии изучения общественного мнения, плагиат. |
| **Понимание влияния исторических процессов изменений на рынке технологий на изучение общественного мнения.** | Четкое осмысление влияния исторических процессов изменений на рынке технологий на изучение общественного мнения. | Понимание в общих чертах влияния исторических процессов изменений на рынке технологий на изучение общественного мнения. | Ограниченное понимание влияния исторических процессов изменений на рынке технологий на изучение общественного мнения. | Отсутствие понимания влияния исторических процессов изменений на рынке технологий на изучение общественного мнения, плагиат. |
| **Значимость вынесенных выводов, стиль и язык изложения** | Результаты задания полные и обоснованные, стиль научный, язык изложения функциональный. | Результаты задания неполные, стиль и язык с нарушениями функциональных норм. | В задании лишь отдельные результаты корректны, стиль и язык имеют грубые недостатки. | Результаты неверные, нарушены функциональность стиля и языка, плагиат. |

**СРС 2 «Психологические характеристики изучаемой аудитории» (10% от 100% РК)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **«Отлично»**  12-15% | **«Хорошо»**  7-11% | **«Удовлетворительно»**  4-6% | **«Неудовлетворительно»**  0-3% |
| **Понимание влияния демографических, психологических, гендерных и иных характеристик на процесс изучения общественного мнения.** | Четкое осмысление влияния демографических, психологических, гендерных и иных характеристик на изучение общественного мнения. | Понимание в общих чертах влияния демографических, психологических, гендерных и иных характеристик на изучение общественного мнения. | Ограниченное понимание демографических, психологических, гендерных и иных характеристик на изучение общественного мнения. | Отсутствие понимания влияния демографических, психологических, гендерных и иных характеристик изучение общественного мнения, плагиат. |
| **Определение основных характеристик изучаемой аудитории.** | Способность провести исследование с соблюдением научно-теоретических и методических требований. | Способность провести исследование с соблюдением части научно-теоретических и методических требований. | Способность провести исследование с соблюдением минимума научно-теоретических и методических требований. | Исследование не проведено, проведено с грубыми ошибками, плагиат. |
| **Корректировка исследования с учетом изменений основных характеристик аудитории.** | Предложены аргументированные рекомендации по корректировке исследования с учетом изменений основных характеристик аудитории. | Предложены неполные  рекомендации по корректировке исследования с учетом изменений основных характеристик аудитории. | Предложены поверхностные  рекомендации по корректировке исследования с учетом изменений основных характеристик аудитории. | Не предложены рекомендации по корректировке исследования с учетом изменений основных характеристик аудитории.или обнаружен плагиат. |
| **Значимость вынесенных выводов, стиль и язык изложения** | Результаты задания полные и обоснованные, стиль научный, язык изложения функциональный. | Результаты задания неполные, стиль и язык с нарушениями функциональных норм. | В задании лишь отдельные результаты корректны, стиль и язык имеют грубые недостатки. | Результаты неверные, нарушены функциональность стиля и языка, плагиат. |

**СРС 3 «Составление программы анкетного опроса и интервьюирования» (10% от 100% РК)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **«Отлично»**  9-10% | **«Хорошо»**  6-8% | **«Удовлетворительно»**  4-5% | **«Неудовлетворительно»**  0-3% |
| **Осознание значения правильного оформления анкетного опроса и интервьюирования.** | Четкое осмысление значения правильного оформления анкетного опроса и интервьюирования. | Понимание в общих чертах значения правильного оформления анкетного опроса и интервьюирования. | Ограниченное понимание значения правильного оформления анкетного опроса и интервьюирования. | Отсутствие понимания значения правильного оформления анкетного опроса и интервьюирования. |
| **Соблюдение норм и правил анкетного опроса и интервьюирования** | Соблюдение последовательно и полно норм и правил анкетного опроса и интервьюирования. | Изложение плана проекта с указанием обязательных элементов с несущественными недостатками. | Непоследовательное изложение проекта с существенными недостатками. | Полное нарушения логики изложения проекта, плагиат. |
| **Использование правильно подобранной выборки.** | Способность провести исследование с соблюдением научно-теоретических и методических требований. | Способность провести исследование с соблюдением части научно-теоретических и методических требований. | Способность провести исследование с соблюдением минимума научно-теоретических и методических требований. | Исследование не проведено, проведено с грубыми ошибками, плагиат. |
| **Значимость вынесенных выводов, стиль и язык изложения** | Результаты задания полные и обоснованные, стиль научный, язык изложения функциональный. | Результаты задания неполные, стиль и язык с нарушениями функциональных норм. | В задании лишь отдельные результаты корректны, стиль и язык имеют грубые недостатки. | Результаты неверные, нарушены функциональность стиля и языка, плагиат. |

**СРС 4 «Организация фокус-группы и изучение мнения фокус-группы» (10% от 100% РК)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **«Отлично»**  12-15% | **«Хорошо»**  7-11% | **«Удовлетворительно»**  4-6% | **«Неудовлетворительно»**  0-3% |
| **Осознание значения правильной организации фокус-группы.** | Четкое осмысление значения правильной организации фокус-группы. | Понимание в общих чертах значения правильной организации фокус-группы. | Ограниченное понимание значения правильной организации фокус-группы. | Отсутствие понимания значения правильной организации фокус-группы. |
| **Организация изучения фокус-группы с соблюдением всех правил.** | Способность провести исследование с соблюдением научно-теоретических и методических требований. | Способность провести исследование с соблюдением части научно-теоретических и методических требований. | Способность провести исследование с соблюдением минимума научно-теоретических и методических требований. | Исследование не проведено, проведено с грубыми ошибками, плагиат. |
| **Реагирование на изменение характеристик фокус-группы.** | Способность правильно реагировать на внезапно возникшие изменения характеристик фокус-группы. | Способность реагировать на отдельные характеристики изменения фокус-группы. | Способность замечать отдельные изменения характеристик изучаемой группы. | Неспособен провести дробление процессов взаимодействия, плагиат. |
| **Значимость вынесенных выводов, стиль и язык изложения** | Результаты задания полные и обоснованные, стиль научный, язык изложения функциональный. | Результаты задания неполные, стиль и язык с нарушениями функциональных норм. | В задании лишь отдельные результаты корректны, стиль и язык имеют грубые недостатки. | Результаты неверные, нарушены функциональность стиля и языка, плагиат. |

**СРС 5 «Представление результатов проекта изучения общественного мнения» (10% от 100% РК)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **«Отлично»**  12-15% | **«Хорошо»**  7-11% | **«Удовлетворительно»**  4-6% | **«Неудовлетворительно»**  0-3% |
| **Осознание значения правильного анализа, подсчета и представления результатов изучения общественного мнения.** | Четкое осмысление значения правильного анализа, подсчета и представления результатов изучения общественного мнения. | Понимание в общих чертах значения правильного анализа, подсчета и представления результатов изучения общественного мнения. | Ограниченное понимание значения правильного анализа, подсчета и представления результатов изучения общественного мнения. | Отсутствие понимания значения правильного анализа, подсчета и представления результатов изучения общественного мнения. |
| **Организация анализа и подсчета результатов проекта с соблюдением всех правил.** | Способность провести исследование с соблюдением научно-теоретических и методических требований. | Способность провести исследование с соблюдением части научно-теоретических и методических требований. | Способность провести исследование с соблюдением минимума научно-теоретических и методических требований. | Исследование не проведено, проведено с грубыми ошибками, плагиат. |
| **Организация презентации результатов проекта с соблюдением всех правил.** | Способность провести исследование с соблюдением научно-теоретических и методических требований. | Способность провести исследование с соблюдением части научно-теоретических и методических требований. | Способность провести исследование с соблюдением минимума научно-теоретических и методических требований. | Исследование не проведено, проведено с грубыми ошибками, плагиат. |
| **Значимость вынесенных выводов, стиль и язык изложения** | Результаты задания полные и обоснованные, стиль научный, язык изложения функциональный. | Результаты задания неполные, стиль и язык с нарушениями функциональных норм. | В задании лишь отдельные результаты корректны, стиль и язык имеют грубые недостатки. | Результаты неверные, нарушены функциональность стиля и языка, плагиат. |