

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и связи с общественностью

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очно-заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Социология массовых коммуникаций**

**Москва
2023**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Селиванова З.К.
	Идентификатор	R53ca486b-SelivanovaZK-79680d7

З.К.
Селиванова

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Рашитова Л.К.
	Идентификатор	Ra58dc913-RashitovaLK-525eb79f

Л.К.
Рашитова

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

Ю.В.
Гаврилова

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ИД-1 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке

2. ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать продвижение коммуникационного продукта в процессе ее реализации

ИД-3 Применяет навыки организации системы продвижения коммуникационного продукта в рамках выбранной коммуникационной стратегии

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Выполнение задания

1. Социологическое исследование и практическое использование в социологии массовой коммуникации (Индивидуальный проект)

Форма реализации: Выступление (доклад)

1. Современные подходы к изучению массовой коммуникации (Доклад)

Форма реализации: Письменная работа

1. Стратегическая коммуникация (Домашнее задание)

Форма реализации: Проверка задания

1. Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука (Тестирование)

2. Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации (Домашнее задание)

БРС дисциплины

8 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	6	8	12	15
Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука						
Наука, дифференциация наук, не-науки, псевдонауки	+					
Историческая эволюция массовых коммуникаций	+	+			+	

Средства массовых коммуникаций как социальный институт					
Средства массовых коммуникаций как социальный институт и вид бизнеса				+	
Современные подходы к изучению массовой коммуникации					
Современные подходы к изучению массовой коммуникации		+		+	+
Современные теории о СМК.		+			
Перспективы развития теорий массовой коммуникации.		+		+	+
Средства массовой коммуникации и государство					
Средства массовой коммуникации и власть. Понятие «четвертой власти»	+	+		+	+
Механизмы социологического исследования и практического использования в СМК					
Социологическое исследование и его виды.	+	+	+		+
Социологические исследования средств массовой информации в структуре PR-деятельности: задачи, методы, функции	+	+	+	+	+
Вес КМ:	15	15	25	20	25

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
УК-4	ИД-1 _{УК-4} Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	Знать: основные категории социологии массовых коммуникаций, методы социологического исследования Уметь: вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа подготовить программу социологического исследования, организовать и провести анкетирование, подготовить отчет с	Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука (Тестирование) Современные подходы к изучению массовой коммуникации (Доклад) Социологическое исследование и практическое использование в социологии массовой коммуникации (Индивидуальный проект) Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации (Домашнее задание)

		анализом полученных результатов с целью возможного использования в дальнейшей профессиональной деятельности	
ПК-1	ИД-3ПК-1 Применяет навыки организации системы продвижения коммуникационного продукта в рамках выбранной коммуникационной стратегии	Знать: основные зарубежные и отечественные теоретические концепции массовых коммуникаций структуру взаимодействия СМИ и аудитории, характер коммуникационных связей в обществе как информационно-знаковых систем Уметь: использовать теоретические знания в анализе текущих коммуникационных процессов в обществе, а также в совершенствовании профессионального мастерства выполнить задание по стратегической коммуникации как менеджер по связям с общественностью,	Современные подходы к изучению массовой коммуникации (Доклад) Стратегическая коммуникация (Домашнее задание) Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации (Домашнее задание)

		разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации	
--	--	---	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука

Формы реализации: Проверка задания

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты отвечают на вопросы предложенного теста в письменном виде

Краткое содержание задания:

Необходимо в предложенном тестовом задании отметить на каждый вопрос верные варианты ответов или дополнить варианты ответов

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные категории социологии массовых коммуникаций, методы социологического исследования	1. Выберите верное суждение: а) наука – это система знаний людей о мире б) наука – это ложное сознание в) наука – это иллюзорное представление г) наука – это производительная сила общества. Правильный ответ: а) 2. К каким наукам относится Социология массовой коммуникации (СМК)? а) естественным б) гуманитарным в) техническим г) экономическим д) междисциплинарным Правильный ответ: д) 3. Какие методы не относятся к методам научного познания? а) магия б) анализ в) индукция г) опрос д) анализ документов Правильный ответ: а) 4. Что не относится к видам коммуникации? а) публичная б) массовая в) межличностная г) взаимодействие д) вербальная Правильный ответ: г)
Уметь: вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	1. Чем научное знание отличается от обыденного? Ответ: систематизированность, фрагментарность, универсальность, логичность, верифицируемость, фальсифицируемость, преемственность 2. В чем отличия гуманитарных наук от естественных и технических?

	Ответ: Эти группы наук имеют разные объекты, предмет изучения. собственные методы, возможность применения эксперимента 3. В чем отличия междисциплинарных наук от гуманитарных, естественных и технических? Ответ: междисциплинарные науки созданы на стыке нескольких наук
Уметь: способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа	1. В чем отличия псевдонауки, не-науки от науки? Ответ: науки имеют объект, предмет, методы, собственный научный язык, инфраструктура, ученых и представлены в рационально-теоретической форме

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-2. Современные подходы к изучению массовой коммуникации

Формы реализации: Выступление (доклад)

Тип контрольного мероприятия: Доклад

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студент выбирает тему доклада из заранее высланных. На семинарском занятии выступает в течении 8-10 минут. При желании возможна подготовка презентации по теме. Докладчик отвечает на заданные другими студентами вопросы по теме.

Краткое содержание задания:

Подготовить выступление-доклад по выбранной теме на 8-10 минут

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные зарубежные и отечественные теоретические концепции массовых коммуникаций	1. Перечислите какие теории модернизации утверждают, что коммуникации способствуют массификации и стандартизации групп. 2. Что Вы понимаете под массификацией?
Уметь: способность подготовить,	1. Чем отличается теория коммуникативного действия

организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа	Ю. Хабермаса от других теорий о СМК
Уметь: выполнить задание по стратегической коммуникации как менеджер по связям с общественностью, разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации	1. В чем суть теории «культурного медиа империализма»?

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка выставляется при условии полного раскрытия темы с небольшими недочетами. Студент дает ответы на вопросы по теме

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка выставляется при условии неполного раскрытия темы. Возможно отсутствие или невнятный ответ на заданные вопросы

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 45

Описание характеристики выполнения знания: Оценка выставляется при условии раскрытия темы на 50%. Отсутствует или дается невнятный ответ на заданные вопросы

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-3. Социологическое исследование и практическое использование в социологии массовой коммуникации

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Индивидуальный проект

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студент выбирает тему социологического исследования (СИ), методы СИ и разрабатывает программу СИ

Краткое содержание задания:

Подготовить программу СИ в соответствии с выбранной темой и оформить по шаблону

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: подготовить программу социологического исследования, организовать и провести анкетирование, подготовить отчет с анализом полученных	1. Отличие анкетирования от других методов СИ 2. Программа СИ и как ее разработать?
--	--

результатов с целью возможного использования в дальнейшей профессиональной деятельности	
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

Описание характеристики выполнения знания: Программа соответствует выбранной теме. В программе прописаны с не большими некоррекциями следующее: актуальность, цели, задачи, объект исследования, гипотезы и т.д.

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: В программе не прописаны что-либо из следующего перечня: актуальность, цели, задачи, объект исследования, гипотезы и т.д.

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: В программе не прописаны: актуальность темы, нет гипотезы. не определена выборочная совокупность и т.д.

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "2" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-3. Стратегическая коммуникация

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Задание выбрать организацию и прописать действия менеджера

Краткое содержание задания:

Задание как менеджеру по связям с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Знать: структуру взаимодействия СМИ и аудитории, характер коммуникационных связей в обществе как информационно-знаковых систем	1.Стратегическая коммуникация и ее этапы 2.В чем основная задача менеджера по связям с общественностью?
Уметь: выполнить задание по стратегической коммуникации как менеджер по связям с общественностью, разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации	1.Определить целевую аудиторию
Уметь: использовать теоретические знания в анализе текущих коммуникационных	1.Создать ключевое сообщение 2.Как выбрать канал коммуникации?

процессов в обществе, а также в совершенствовании профессионального мастерства	
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: В задании определена целевая аудитория, сформулировано ключевое сообщение, выбран канал коммуникации

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: В задании определена целевая аудитория, не сформулировано ключевое сообщение, не выбран канал коммуникации

КМ-4. Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации

Формы реализации: Проверка задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студент в соответствии с выбранной темой и методом социологического исследования разрабатывает анкету и готовить отчет СИ

Краткое содержание задания:

Социологическое исследование. разработка инструментария и отчета

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: подготовить программу социологического исследования, организовать и провести анкетирование, подготовить отчет с анализом полученных результатов с целью возможного использования в дальнейшей профессиональной деятельности	1. Отчет и его оформление
Уметь: использовать теоретические знания в анализе текущих коммуникационных процессов в обществе, а также в совершенствовании профессионального мастерства	1. Вопросы анкеты и виды (закрытые, открытые, полукоткрытые,) 2. Формулировка гипотез

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

Описание характеристики выполнения знания: Анкета и отчет соответствуют выбранной теме, но в анкете большое количество вопросов.

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

Описание характеристики выполнения знания: Вопросы анкеты не связаны с гипотезами и заданы не корректные вопросы.

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Вопросы анкеты не корректны, не прописаны все возможные варианты ответов

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "2" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию или теме СИ

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

Защита социологического исследования

Процедура проведения

Студент рассказывает об индивидуально проведенном социологическом исследовании и возможностях его применения в дальнейшей профессиональной деятельности

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1_{УК-4} Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке

Вопросы, задания

1. Перечислите основные категории социологии массовых коммуникаций
2. Чем отличается коммуникация от социализации?
3. Перечислите виды коммуникации

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Отметьте к каким наукам относится социология массовых коммуникаций:

Ответы:

1. гуманитарным
2. междисциплинарным
3. техническим
4. естественным

Верный ответ: 2. междисциплинарным

2. Что является объектом социологии массовых коммуникаций?

Ответы:

1. 1. общество
2. 2. общение
3. 3. массовая коммуникация
4. 4. социальный опыт

Верный ответ: 3. массовая коммуникация

3. Коммуникатор - это

Ответы:

1. 1. получатель информации
2. 2. заказчик, формирующий информацию
3. 3. посредник, передающий информацию

Верный ответ: 3. посредник, передающий информацию

2. Компетенция/Индикатор: ИД-ЗПК-1 Применяет навыки организации системы продвижения коммуникационного продукта в рамках выбранной коммуникационной стратегии

Вопросы, задания

1. Какие методы социологического исследования Вы знаете?
2. Что означает оптимальная коммуникационная стратегия?
3. Для чего необходима формулировка ключевого сообщения?

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Что не относится к этапам проведения социологического исследования?

Ответы:

1. подготовка программы исследования
1. 2. формулировка гипотез
2. 3. разработка инструментария
3. 4. проведение исследования
4. 5. подготовка отчета

Верный ответ: 2. формулировка гипотез

2. Отметьте верное утверждение

Ответы:

1. 1. все СМК считаются СМИ

2. все СМИ являются СМК

Верный ответ: 2. все СМИ являются СМК

3. Какое значение понятия “аудитория” не используется в теории коммуникации

Ответы:

1. помещение для чтения лекций
2. слушатели лекции, доклада
3. группа читателей, слушателей и зрителей, принимающая информацию от одного источника

Верный ответ: 1. помещение для чтения лекций

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: даны ответы не на все вопросы

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Итоговая оценка по курсу выставляется как среднеарифметическая: за КМ и оценка за защиту социологического исследования