

**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  
2024**

## 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-525eb798 |

Л.К.  
Рашитова

Заведующий  
выпускающей кафедрой

|                                                                                   |                                                    |                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                              |
|                                                                                   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                              |
|                                                                                   | Владелец                                           | Курилов С.Н.                 |
|                                                                                   | Идентификатор                                      | R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde |

С.Н.  
Курилов

## 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-4 | КМ-5 |
|                                                               | 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 | 25 | 20 |

\$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 <sub>УК-4</sub> Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке | Знать:<br>основные категории социологии массовых коммуникаций, методы социологического исследования<br>Уметь:<br>вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке<br>подготовить программу социологического исследования,<br>организовать и провести анкетирование,<br>подготовить отчет с анализом полученных результатов с целью возможного использования в дальнейшей профессиональной деятельности<br>способность подготовить, организовать и провести | Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука (Тестирование)<br>Современные подходы к изучению массовой коммуникации (Доклад)<br>Социологическое исследование и практическое использование в социологии массовой коммуникации (Индивидуальный проект)<br>Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации (Домашнее задание) |

|      |                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                      |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                                                                                                            | анкетирование и опросы<br>мнения потребителей и<br>общественного мнения;<br>осуществить обработку и<br>подготовку данных для<br>анализа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                      |
| ПК-1 | ИД-3ПК-1<br>Применяет<br>навыки организации<br>системы продвижения<br>коммуникационного<br>продукта в рамках<br>выбранной<br>коммуникационной<br>стратегии | Знать:<br>структуру взаимодействия<br>СМИ и аудитории,<br>характер<br>коммуникационных связей<br>в обществе как<br>информационно-знаковых<br>систем<br>основные зарубежные и<br>отечественные<br>теоретические концепции<br>массовых коммуникаций<br>Уметь:<br>использовать<br>теоретические знания в<br>анализе текущих<br>коммуникационных<br>процессов в обществе, а<br>также в<br>совершенствовании<br>профессионального<br>мастерства<br>выполнить задание по<br>стратегической<br>коммуникации как<br>менеджер по связям с<br>общественностью, | Современные подходы к изучению массовой коммуникации (Доклад)<br>Стратегическая коммуникация (Домашнее задание)<br>Практическое использование социологического исследования в<br>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-наука, псевдонаука. 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:<br>а) наука – это система знаний людей о мире<br>б) наука – это ложное сознание<br>в) наука – это иллюзорное представление<br>г) наука – это производительная сила общества.<br>Правильный ответ: а)<br>2. К каким наукам относится Социология массовой коммуникации (СМК)?<br>а) естественным<br>б) гуманитарным<br>в) техническим<br>г) экономическим<br>д) междисциплинарным<br>Правильный ответ: д)<br>3. Какие методы не относятся к методам научного познания?<br>а) магия<br>б) анализ<br>в) индукция<br>г) опрос<br>д) анализ документов<br>Правильный ответ: а)<br>4. Что не относится к видам коммуникации?<br>а) публичная<br>б) массовая<br>в) межличностная<br>г) взаимодействие<br>д) вербальная<br>Правильный ответ: г) |
| Уметь: вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке     | 1. Чем научное знание отличается от обыденного?<br>Ответ: систематизированность, фрагментарность, универсальность, логичность, верифицируемость, фальсифицируемость, преемственность<br>2. В чем отличия гуманитарных наук от естественных и технических?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |



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

#### **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:**

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

|                                                                                                                                                                                                                     |                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 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<br>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-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, )<br>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

### **КМ-5. 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<br>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 процессов в обществе, а также в совершенствовании профессионального мастерства                                                          | 1.Создать ключевое сообщение<br>2.Как выбрать канал коммуникации?                                          |

**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

# 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<sub>УК-4</sub> 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