

**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: Очная**

**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                                           | Родин А.Б.                 |
|  | Идентификатор                                      | Reb974a93-RodinAB-1ebf636b |

А.Б. Родин

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 PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации

ИД-3 Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний

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

### 6 семестр

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

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

КМ-2 Современные подходы к изучению массовой коммуникации (Доклад)

КМ-3 Социологическое исследование и практическое использование в социологии массовой коммуникации (Индивидуальный проект)

КМ-4 Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации (Домашнее задание)

КМ-5 Стратегическая коммуникация (Домашнее задание)

**Вид промежуточной аттестации – Экзамен.**

| 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   |

## 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>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 анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения;<br>осуществить обработку и | КМ-1 Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука (Тестирование)<br>КМ-2 Современные подходы к изучению массовой коммуникации (Доклад)<br>КМ-4 Социологическое исследование и практическое использование в социологии массовой коммуникации (Индивидуальный проект)<br>КМ-5 Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации (Домашнее задание) |

|      |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                                                                             | подготовку данных для анализа<br>вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ПК-1 | ИД-3 <sub>ПК-1</sub> Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний | Знать:<br>основные зарубежные и отечественные теоретические концепции массовых коммуникаций структуру взаимодействия СМИ и аудитории, характер коммуникационных связей в обществе как информационно-знаковых систем<br>Уметь:<br>использовать теоретические знания в анализе текущих коммуникационных процессов в обществе, а также в совершенствовании профессионального мастерства<br>выполнить задание по стратегической коммуникации как менеджер по связям с общественностью, | КМ-2 Современные подходы к изучению массовой коммуникации (Доклад)<br>КМ-3 Стратегическая коммуникация (Домашнее задание)<br>КМ-5 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:**

| Запланированные результаты обучения по дисциплине                                                | Вопросы/задания для проверки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знать: основные категории социологии массовых коммуникаций, методы социологического исследования | <p>1. Выберите верное суждение:</p> <p>а) наука – это система знаний людей о мире</p> <p>б) наука – это ложное сознание</p> <p>в) наука – это иллюзорное представление</p> <p>г) наука – это производительная сила общества.</p> <p>Правильный ответ: а)</p> <p>2. К каким наукам относится Социология массовой коммуникации (СМК)?</p> <p>а) естественным</p> <p>б) гуманитарным</p> <p>в) техническим</p> <p>г) экономическим</p> <p>д) междисциплинарным</p> <p>Правильный ответ: д)</p> <p>3. Какие методы не относятся к методам научного познания?</p> <p>а) магия</p> <p>б) анализ</p> <p>в) индукция</p> <p>г) опрос</p> <p>д) анализ документов</p> <p>Правильный ответ: а)</p> <p>4. Что не относится к видам коммуникации?</p> <p>а) публичная</p> <p>б) массовая</p> <p>в) межличностная</p> <p>г) взаимодействие</p> <p>д) вербальная</p> <p>Правильный ответ: г)</p> |
| Уметь: вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке     | <p>1. Чем научное знание отличается от обыденного?</p> <p>Ответ: систематизированность,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

| Запланированные результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                | Вопросы/задания для проверки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                  | фрагментарность, универсальность, логичность, верифицируемость. фальсифицируемость, преемственность<br>2. В чем отличия гуманитарных наук от естественных и технических?<br>Ответ: Эти группы наук имеют разные объекты, предмет изучения. собственные методы, возможность применения эксперимента<br>3. В чем отличия междисциплинарных наук от гуманитарных, естественных и технических?<br>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?<br>Ответ: науки имеют объект, предмет, методы, собственный научный язык, инфраструктура, ученых и представлены в рационально-теоретической форме                                                                                                                                                                                                                                                             |

#### **Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5 («отлично»)*

*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 («хорошо»)*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

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

*Оценка: 3 («удовлетворительно»)*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

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

*Оценка: 2 («неудовлетворительно»)*

*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:**

| Запланированные результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                   | Вопросы/задания для проверки                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знать: основные зарубежные и отечественные теоретические концепции массовых коммуникаций                                                                                                                            | 1.Перечислите какие теории модернизации утверждают, что коммуникации способствуют массификации и стандартизации групп.<br>2.Что Вы понимаете под массификацией? |
| Уметь: способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа                                    | 1.Чем отличается теория коммуникативного действия 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 («отлично»)*

*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 («хорошо»)*

*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 («удовлетворительно»)*

*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 («неудовлетворительно»)*

*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:**

| Запланированные результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                  | Вопросы/задания для проверки                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Уметь: подготовить программу социологического исследования, организовать и провести анкетирование, подготовить отчет с анализом полученных результатов с целью возможного использования в дальнейшей профессиональной деятельности | 1.Отличие анкетирования от других методов СИ<br>2.Программа СИ и как ее разработать? |

#### **Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5 («отлично»)*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 85*

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

*Оценка: 4 («хорошо»)*

*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 («удовлетворительно»)*

*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 («неудовлетворительно»)*

*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:**

| Запланированные результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                  | Вопросы/задания для проверки                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 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, полуоткрытые, )<br>2.Формулировка гипотез |

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5 («отлично»)*

*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 («хорошо»)*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 75*

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

*Оценка: 3 («удовлетворительно»)*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

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

*Оценка: 2 («неудовлетворительно»)*

*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:**

| Запланированные результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                   | Вопросы/задания для проверки                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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.Как выбрать канал коммуникации?                                                                          |
| Уметь: использовать теоретические знания в анализе текущих коммуникационных процессов в обществе, а также в совершенствовании профессионального мастерства                                                          | 1.Определить целевую аудиторию<br>2.Создать ключевое сообщение                                             |

**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

## 6 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. общество
2. общение
3. массовая коммуникация
4. социальный опыт

Верный ответ: 3. массовая коммуникация

3. Коммуникатор - это

Ответы:

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

Верный ответ: 3. посредник, передающий информацию

**2. Компетенция/Индикатор:** ИД-ЗПК-1 Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний

**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.