

**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: Связи с общественностью**

**Уровень образования: высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения: Очная**

**Оценочные материалы  
по дисциплине  
Психология массовых коммуникаций**

**Москва  
2024**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

|  |                                                    |                                |
|--|----------------------------------------------------|--------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                                |
|  | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                                |
|  | Владелец                                           | Воронкина А.А.                 |
|  | Идентификатор                                      | Rf4a3e30e-VoronkinaAA-70390e0f |

А.А.  
Воронкина

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

|  |                                                    |                            |
|--|----------------------------------------------------|----------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                            |
|  | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                            |
|  | Владелец                                           | Юдин И.В.                  |
|  | Идентификатор                                      | R8a1472e1-YudinIV-667968f0 |

И.В. Юдин

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. 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: Защита задания

1. Психология массовых коммуникаций (Реферат)

Форма реализации: Обмен электронными документами

1. Инструменты PR и пропаганды в политической сфере (Эссе)

Форма реализации: Письменная работа

1. Механизмы и методы воздействия в СМК (Контрольная работа)

2. Понятие психологии массовых коммуникаций (Тестирование)

3. Создание образа мира с помощью СМК (Контрольная работа)

## БРС дисциплины

7 семестр

| Раздел дисциплины                                                                                 | Веса контрольных мероприятий, % |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                   | Индекс КМ:                      | КМ-1 | КМ-3 | КМ-3 | КМ-4 | КМ-5 |
|                                                                                                   | Срок КМ:                        | 4    | 8    | 10   | 12   | 16   |
| Основы психологии массовой коммуникации                                                           |                                 |      |      |      |      |      |
| Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовой коммуникации                 | +                               |      |      |      |      |      |
| Теоретические подходы к изучению массовой коммуникации. Методы исследования массовой коммуникации | +                               |      |      |      |      |      |
| Творческие аспекты информационно-коммуникативных процессов                                        | +                               | +    |      |      | +    |      |
| Воздействие в массовых коммуникациях                                                              |                                 |      |      |      |      |      |
| Механизмы и методы психологического воздействия в массовых коммуникациях                          |                                 |      | +    | +    | +    |      |
| Воздействие СМК на когнитивную сферу личности. Создание образа мира при помощи СМК                |                                 |      | +    | +    |      |      |

|                                                                                                    |    |    |    |    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|
| Воздействие СМК на эмоциональную сферу личности.<br>Развлечения в СМК                              |    | +  | +  |    |    |
| Воздействие на поведение личности. Проблема<br>использования сексуальных сцен и сцен насилия в СМК |    | +  | +  |    |    |
| Психология массовой коммуникации в<br>профессиональной деятельности                                |    |    |    |    |    |
| Использование СМК в маркетинге и бизнесе                                                           | +  | +  |    | +  | +  |
| Влияние СМК на массовые и политические процессы                                                    | +  | +  |    | +  | +  |
| Техника конструирования имиджа и его воздействие на<br>аудиторию                                   | +  | +  |    | +  | +  |
| Вес КМ:                                                                                            | 15 | 20 | 15 | 20 | 30 |

\$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                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1               | ИД-3ПК-1 Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний | Знать:<br>закономерности психических (психологических) процессов, лежащих в основе массовой коммуникации (ОК-9, ПК-26)<br>основные направления психологических исследований массовой коммуникации (ОК-9, ПК-4, ПК-11)<br>технологии массово-коммуникационной деятельности (ОК-9, ПК-4, ПК-10, ПК-11, ПК-26)<br>особенности влияния и взаимовлияния коммуникаторов и аудитории (ОК-8, ПК-10, ПК-21, ПК-22, ПК-26)<br>особенности восприятия медиапродукции (ОК-9, ПК-26) | Понятие психологии массовых коммуникаций (Тестирование)<br>Механизмы и методы воздействия в СМК (Контрольная работа)<br>Создание образа мира с помощью СМК (Контрольная работа)<br>Инструменты PR и пропаганды в политической сфере (Эссе)<br>Психология массовых коммуникаций (Реферат) |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | <p>Уметь:</p> <p>применять полученные знания для более эффективного развития диалоговых отношений в СМИ (ОК-8, ОК-9, ПК-26)</p> <p>выстраивать отношения с аудиторией с учетом современных знаний (ОК-7, ОК-8, ОК-9, ПК-4, ПК-11, ПК-26)</p> <p>проводить психологический анализ работы СМИ (ОК-8, ОК-9, ПК-10, ПК-21, ПК-22)</p> |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## **II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания**

### **КМ-1. Понятие психологии массовых коммуникаций**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Тестирование

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 15

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Контрольное мероприятие проводится в форме тестирования. Тест состоит из десяти вопросов с вариантами ответов.

#### **Краткое содержание задания:**

Примерные вопросы тестирования:

**1. Чем опосредовано общение в массовых коммуникациях?**

- А) техническими средствами
- Б) вербальными и невербальными средствами
- В) речью
- Г) непосредственным контактом людей между собой

**2. Какие элементы являются необходимыми в структуре коммуникации?**

- А) Кодирование, декодирование, коммуникатор
- Б) Коммуникатор, реципиент, шум
- В) Коммуникатор, реципиент, сообщение
- Г) Коммуникатор, сообщение, кодирование

**3. Какие из перечисленных ниже процессов относятся к группе психических познавательных?**

- А) Эмоции
- Б) Внимание
- В) Прокрастинация
- Г) Воля

Правильные ответы: 1 - А, 2 - В, 3 - Б.

#### **Контрольные вопросы/задания:**

|                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знать: основные направления психологических исследований массовой коммуникации (ОК-9, ПК-4, ПК-11)                | 1. Какие методы исследования применяются в психологии массовых коммуникаций?<br>2. Каковы цели и методы экспертизы продуктов массовых коммуникаций?                                                                                                                 |
| Знать: особенности влияния и взаимовлияния коммуникаторов и аудитории (ОК-8, ПК-10, ПК-21, ПК-22, ПК-26)          | 1. Какие стороны общения существуют в массовой коммуникации?<br>2. Какие основные качества и особенности коммуникатора известны?<br>3. Какова структура коммуникации в массовых коммуникациях?<br>4. Какие элементы являются необходимыми в структуре коммуникации? |
| Уметь: применять полученные знания для более эффективного развития диалоговых отношений в СМИ (ОК-8, ОК-9, ПК-26) | 1. Как провести инвент-анализ текста СМК?<br>2. Как провести неструктурированное интервью, целью которого будет “изучение интересов зрительской аудитории”?                                                                                                         |
| Уметь: проводить психологический анализ работы СМИ (ОК-8, ОК-9, ПК-10, ПК-11)                                     | 1. Как провести психологическую экспертизу продукта СМК с помощью психосемантической шкалы для оценки восприятия телевизионных                                                                                                                                      |

**Описание шкалы оценивания:***Оценка: 5**Нижний порог выполнения задания в процентах: 70**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: 60**Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач**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-3. Создание образа мира с помощью СМК****Формы реализации:** Письменная работа**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Контрольная работа состоит из двух частей: тестовой (7 вопросов) и части с открытыми вопросами (3 вопроса) на знание учебного материала.**Краткое содержание задания:**

Примерные вопросы контрольной работы:

1. Навязывание повестки дня – это:

- Психологическое давление на аудиторию;
- Сообщения в масс-медиа о планируемых на данный день мероприятиях и встречах;
- Сообщения в масс-медиа о последних новостях;
- Формирование общественного отношения и интереса к важным вопросам при помощи информационных сообщений.

2. Диффузия инноваций описывается:

- U-образной кривой;
- S-образной кривой;
- W-образной кривой;
- Нисходящей прямой.

3. Расположите этапы управления информацией в правильной последовательности:

- Торнадо-спин
- До-спин
- Спин-даун
- После-спин

4. Из скольких элементов состоит «Повестка дня» в новостных программах? По какой причине избранно именно такое количество сюжетов?

5. Постройте модель конгруэнтности (некогруэнтности) для предложенной ситуации:

Реципиент позитивно относится к коммуникатору, и тот говорит что-то позитивное об объекте, который также нравится реципиенту

**Контрольные вопросы/задания:**

|                                                                                                                     |                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знать: закономерности психических (психологических) процессов, лежащих в основе массовой коммуникации (ОК-9, ПК-26) | 1. Благодаря каким процессам формируется картина мира в психике?<br><br>2. Какие основные методы формирования картины мира существуют в СМК? |
| Знать: особенности восприятия медиапродукции (ОК-9, ПК-26)                                                          | 1. Какие существуют типы людей по отношению к восприятию инноваций?                                                                          |
| Знать: технологии массово-коммуникационной деятельности (ОК-9, ПК-4, ПК-10, ПК-11, ПК-26)                           | 1. Как создается новостная программа и составляется "повестка дня"?<br>2. Какие существуют виды новостей?                                    |
| Уметь: выстраивать отношения с аудиторией с учетом современных знаний (ОК-7, ОК-8, ОК-9, ПК-4, ПК-11, ПК-26)        | 1. Как построить модель конгруэнтности для анализа процесса принятия новой информации?                                                       |

**Описание шкалы оценивания:***Оценка: 5**Нижний порог выполнения задания в процентах: 70**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: 60**Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач**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-3. Механизмы и методы воздействия в СМК****Формы реализации:** Письменная работа**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 15**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Контрольная работа состоит из двух частей: тестовой (8 вопросов) и части с открытыми вопросами (2 вопроса) на знание учебного материала.**Краткое содержание задания:**

Примерные вопросы контрольной работы:

1. Процесс воздействия на психику человека, связанный со снижением сознательности и критичности при восприятии содержания, с отсутствием развернутого логического анализа оценки называется...:

- Внушением
- Манипуляцией

- Стереотипизацией
  - Убеждением
2. Неманипулятивный метод психологического воздействия на сознание личности, с целью осознанного принятия ею определенных установок, оценок и суждений называется:
- Убеждением
  - Подражанием
  - Внушением
  - Стереотипизацией
3. Соотнесите понятия:
- |                                          |                                     |
|------------------------------------------|-------------------------------------|
| Когнитивный компонент человека на объект | Последовательное поведение, реакция |
| Аффективный компонент придерживаемся     | Мнения, убеждения, которых мы       |
| Конативный компонент убеждением          | Эмоции, связанные с мнением,        |
4. Какие методы составляют механизм «Идентификации»?
5. Какие методы составляют механизм «Убеждения»?

### Контрольные вопросы/задания:

|                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знать: закономерности психических (психологических) процессов, лежащих в основе массовой коммуникации (ОК-9, ПК-26) | <p>1.Какие психические процессы составляют психику человека?</p> <p>2.Какие когнитивные структуры формируются под воздействием СМК?</p>                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Знать: особенности восприятия медиапродукции (ОК-9, ПК-26)                                                          | <p>1.Благодаря каким механизмам осуществляется воздействие СМК на когнитивную сферу личности?</p> <p>2.При помощи каких механизмов осуществляется воздействие на эмоциональную сферу личности?</p> <p>3.Благодаря каким механизмам осуществляется воздействие на поведение личности?</p> <p>4.Какие существуют этапы восприятия информации?</p> <p>5.Каковы механизмы восприятия юмора?</p> |

### Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

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: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

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-4. Инструменты PR и пропаганды в политической сфере**

**Формы реализации:** Обмен электронными документами

**Тип контрольного мероприятия:** Эссе

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Контрольное мероприятие проводится в форме обмена файлами между преподавателем и студентом. Задание подразумевает подготовку письменной работы - эссе. Эссе – это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Выполненное задание одним файлом высылается на проверку ведущему преподавателю с помощью общеуниверситетской системы электронной почты (ОСЭП)

#### **Краткое содержание задания:**

Требования к написанию эссе

Изложение текста и оформление работы выполняют в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32 – 2001, ГОСТ 2.105 – 95 и ГОСТ Р 6.30-2003. Страницы текстовой части и включенные в нее иллюстрации и таблицы должны соответствовать формату А4 по ГОСТ 9327-60.

Эссе должно иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- введение;
- основная часть;
- заключение.

Эссе выполняется в формате Word или PDF

- поля: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм;
- шрифт – Times New Roman – 14 пт (пунктов);
- междустрочный интервал – полуторный;
- форматирование основного текста – в параметре «по ширине»;
- красная строка – 1,25 см.

Общий объем работы должен составлять не менее 4-х страниц текста с обязательной нумерацией страниц снизу по центру.

#### **Контрольные вопросы/задания:**

|                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знать: технологии массово-коммуникационной деятельности (ОК-9, ПК-4, ПК-10, ПК-11, ПК-26)                    | 1.Какие методы управления информацией в СМИ являются эффективными?<br>2.Какие этапы управления новостями существуют в МК?<br>3.Каковы основные признаки значимого события?<br>4.Какие существуют приемы формирующие повестку дня? |
| Уметь: выстраивать отношения с аудиторией с учетом современных знаний (ОК-7, ОК-8, ОК-9, ПК-4, ПК-11, ПК-26) | 1.Как сформировать имиджевую цель и составить план формирования и коррекции имиджа?                                                                                                                                               |

#### **Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*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: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*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-5. Психология массовых коммуникаций**

**Формы реализации:** Защита задания

**Тип контрольного мероприятия:** Реферат

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 30

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Студент производит обзор и анализ литературных источников и представляет свои знания в форме реферативной работы. Оценка за реферат выставляется по факту защиты работы.

#### **Краткое содержание задания:**

В рамках реферативной части студенту необходимо провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты:

1. Возможности психологического воздействия средств массовой информации и коммуникации на общественное сознание.
2. Запоминание как цель массовой коммуникации.
3. Коммуникаторы, их специфика, сущность и функции.
4. Личностный профиль потребителя: психологические типы.
5. Личностный профиль потребителя: психология подростка.
6. Массовые коммуникации как социально-психологический механизм взаимодействия в современном обществе.
7. Мода как феномен массовой психологии.
8. Мультимедийная коммуникативная культура и её влияние на психику человека.
9. Общение как психологическое основание деятельности в массовой коммуникации.
10. Понимание, ценности и конфликт в массовой коммуникации.
11. Проблема внимания в массовой коммуникации.
12. Проблема управления поведением человека в бихевиоризме. Использование в рекламе принципов подкрепления и научения.
13. Психические процессы в массовой коммуникации
14. Психологические аспекты восприятия радиoinформации.
15. Психологические категории «установка» и «интерес» в массовой коммуникации. Психологические механизмы изменения установок.
16. Психологические основания коммуникативной деятельности в процессе массовой

коммуникации.

17. Психологические особенности PR-деятельности и рекламы.

18. Психологические функции сплетен.

19. Психологические эффекты СМИ: мифологизация сознания.

20. Психологические эффекты СМИ: формирование стереотипов.

21. Психологическое воздействие коммуникативных барьеров в процессе массовой коммуникации.

22. Психологическое воздействие на общественное сознание сетевых средств массовой коммуникации и глобальной сети Интернет.

23. Психологическое восприятие в массовой коммуникации.

24. Психология телевизионной коммуникации.

25. Способы и техники формирования установок в массовой коммуникации.

### Контрольные вопросы/задания:

|                                                                                                          |                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Знать: особенности влияния и взаимовлияния коммуникаторов и аудитории (ОК-8, ПК-10, ПК-21, ПК-22, ПК-26) | 1. Какие коммуникационные технологии существуют в СМК? |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|

### Описание шкалы оценивания:

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*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: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*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*

# СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

## 7 семестр

### Форма промежуточной аттестации: Экзамен

#### Пример билета

##### Билет №1

- 1.Стереотипизация сознания и поведения в массовой коммуникации;
- 2.Сцены насилия в СМИ и агрессивное поведение.

##### Билет №2

- 1.Роль СМИ в управлении массовым сознанием;
- 2.Манипулирование общественным мнением.

##### Билет №3

- 1.Страх и другие негативные эмоции как следствие сообщений СМК;
- 2.Социальные роли в СМК.

#### Процедура проведения

Экзамен является формой промежуточного контроля уровня освоения студентом образовательной программы по дисциплине в целом и по ее разделам. Экзамен проводится в указанное в расписании время и в отведенной для этого аудитории. Преподаватель получает экзаменационную ведомость в учебном отделе факультета в день проведения экзамена, перед началом экзамена. После окончания экзамена преподаватель в тот же день сдает оформленную ведомость в учебный отдел факультета. По результатам экзамена выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно». Оценка озвучивается сразу. В случае использования не разрешенных преподавателем материалов (шпаргалок) экзаменатор имеет право изъять их и снизить оценку за ответ вплоть до оценки «неудовлетворительно».

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

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

#### Вопросы, задания

- 1.Понятие массовой коммуникации. Особенности массовой коммуникации.
- 2.Воздействие СМК на эмоциональную сферу личности
- 3.Роль стереотипов и предрассудков в восприятии информации
- 4.Принципы успешной информационной кампании
- 5.Теория социального научения
- 6.Критерии эффективности рекламного воздействия на аудиторию
- 7.Реклама как элемент СМК
- 8.Проблема использования сексуальных сцен и сцен насилия в СМК
- 9.Моделирование поведения с помощью массовых коммуникаций
- 10.Дезинформация противника через СМИ
- 11.Влияние информационных передач на формирование образа мира
- 12.Способы повышения эффективности воздействия в СМК
- 13.Социально-психологические способы воздействия в СМК и особенности их использования
14. Творческие аспекты информационно-коммуникативных процессов

15. Оценка содержания СМК и последствий влияния на аудиторию
16. Основные направления исследований СМК
17. Политическая коммуникация в СМИ

### **Материалы для проверки остаточных знаний**

1. Что такое массовая коммуникация?

Ответы:

1. Совокупность способов общения, позволяющих создавать, передавать и принимать информацию
2. Взаимодействие с помощью невербальных форм связи
3. Это средства доведения информации до целевой аудитории
4. Процесс распространения информации при помощи технических средств на рассредоточенные, численно большие аудитории

Верный ответ: Ответ: 4.

2. Массовое сознание это... (выберите нужное продолжение определения)

Ответы:

1. Совокупность обыденного, теоретического и идеологического сознания
2. Тип общественного сознания, совокупность различных взглядов, представлений, настроений, социальных чувств, эмоций и т. п., разделяемых большими социальными общностями
3. Тип общественного сознания, характеризующийся общим мотивом к покупке товара
4. Общее представление о культурном наследии человечества

Верный ответ: Ответ: 2.

3. Какие элементы являются необходимыми в структуре коммуникации?

Ответы:

1. Кодирование, декодирование, коммуникатор
2. Коммуникатор, реципиент, шумы
3. Коммуникатор, реципиент, сообщение
4. Коммуникатор, сообщение, кодирование

Верный ответ: Ответ: 3.

4. Выберите правильное определение к понятию «Лидер мнения»?

Ответы:

1. Лицо в какой-либо группе, организации, команде, подразделении, пользующееся большим, признанным авторитетом
2. Это лицо, оказывающее влияние на понимание аудиторией содержания и смысла сообщений массовой коммуникации
3. Специалист в области PR-технологий, занимающийся управлением новостями и медиа-событиями
4. Это люди, рассказывающие о своих жизненных ценностях в социальных сетях

Верный ответ: Ответ: 2.

5. Продолжите определение: “Процесс воздействия на психику человека, связанный со снижением сознательности и критичности при восприятии содержания, с отсутствием развернутого логического анализа оценки называется...”

Ответы:

1. Внушением
2. Манипуляцией
3. Стереотипизацией
4. Убедением

Верный ответ: Ответ: 1.

6. Продолжите определение: “Произвольная или непроизвольная направленность и сосредоточенность психической деятельности называется...”

Ответы:

- 1.Вниманием
- 2.Интересом
- 3.Мотивом
- 4.Действием

Верный ответ: Ответ: 1.

7.Продолжите определение: “В основе мотивов деятельности людей лежат...”

Ответы:

- 1.Потребности
- 2.Знания
- 3.Прогноз
- 4.Расчет

Верный ответ: Ответ: 1.

8.Соотнесите названия компонентов аттитюда с их содержанием

Ответы:

|                          |                                                      |
|--------------------------|------------------------------------------------------|
| 1) Когнитивный компонент | 1) Последовательное поведение по отношению к объекту |
| 2) Аффективный компонент | 2) Мнения, убеждения, представления                  |
| 3) Конативный компонент  | 3) Эмоции, чувства, переживания                      |

Верный ответ: Ответ: 1) - 2); 2) - 3); 3) - 1).

9.Расположите этапы переработки информации психикой в правильной последовательности

Ответы:

- 1.Усвоение информации
- 2.Внимание к информации
- 3.Восприятие информации
- 4.Оценка сообщения (согласие/не согласие)
- 5.Действие
6. Воссоздание информации
- 7.Выбор между другими вариантами и принятие решения
- 8.Кодировка информации в долговременной памяти

Верный ответ: Ответ: 3-2-1-4-8-6-7-5.

10.Какие основные механизмы принятия информации существуют в психике человека?

Ответы:

- 1.Рационализация, усвоение, действие
- 2.Сцепление, категоризация, структурирование
- 3.Рационализация, ощущение, восприятие
- 4.Сцепление, ощущение, усвоение

Верный ответ: Ответ: 2.

11.Расположите этапы управления информацией в правильной последовательности

Ответы:

- 1.Торнадо-спин
- 2.До-спин
- 3.Спин-даун
- 4.После-спин

Верный ответ: Ответ: 2-1-3-4.

12.Продолжите определение: “Диффузия инноваций описывается...”

Ответы:

- 1.U-образной кривой

- 2.S-образной кривой
- 3.W-образной кривой
- 4.Нисходящей прямой

Верный ответ: Ответ: 2.

13.Что представляет собой процесс навязывания повестки дня?

Ответы:

- 1.Психологическое давление на аудиторию;
- 2.Сообщения в массмедиа о планируемых на данный день мероприятиях и встречах;
- 3.Сообщения в массмедиа о последних новостях;
- 4.Формирование общественного отношения и интереса к важным вопросам при помощи информационных сообщений.

Верный ответ: Ответ: 4.

14.Дайте развернутый ответ на вопрос:

Из скольких элементов состоит «Повестка дня» в новостных программах? По какой причине принято выпускать именно такое количество сюжетов?

Ответы:

Студенту необходимо дать развернутый письменный ответ на заданный вопрос.

Верный ответ: Ответ: Последовательность освященных информационных поводов не должна превышать 5-6 направлений. Такое количество обусловлено особенностями человеческого восприятия информации и ее усвоения. Средний объем эффективного внимания составляет 5-6 единиц.

15.Дайте развернутый ответ на вопрос:

Какие условия необходимы для возникновения ситуации конгруэнтности или, наоборот, неконгруэнтности в психике человека?

Ответы:

Студенту необходимо дать развернутый письменный ответ на заданный вопрос.

Верный ответ: Ответ: Ситуация конгруэнтности возникает: когда реципиент позитивно относится к коммуникатору и тот говорит позитивное об объекте, который нравится реципиенту; когда коммуникатор, который нравится реципиенту говорит что-то негативное об объекте, который не нравится реципиенту; когда коммуникатор, который не нравится реципиенту говорит что-то негативное об объекте, который нравится реципиенту. А ситуация неконгруэнтности возникает тогда, когда коммуникатор, который не нравится говорит нечто позитивное об объекте, который нравится реципиенту, или когда коммуникатор, который нравится реципиенту говорит нечто позитивное об объекте, который не нравится реципиенту.

## **II. Описание шкалы оценивания**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. на вопросы углубленного уровня

*Оценка: 2*

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

***III. Правила выставления итоговой оценки по курсу***