

**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 продвижение СМИ

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Теория и практика массовых коммуникаций**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Телегина И.Л.
	Идентификатор	Rde166e8d-TeleginaLL-6e52162c

И.Л. Телегина

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

А.А.
Веселов

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. ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ИД-3 Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности

2. ОПК-6 Способен к поиску новой информации, ее анализу и оценки в условиях современной информационной культуры и цифровой экономики с использованием цифровых средств и учетом требований информационной безопасности, этических и правовых норм

ИД-1 Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в рекламных и PR-коммуникациях

3. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ИД-2 Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Ключевые понятия теории и практики массовых коммуникаций (Тестирование)
2. Массовая коммуникация и массовые информационные процессы (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Информационное общество. Коммуникативные барьеры и их преодоление (Контрольная работа)
2. Ключевые понятия теории и практики (Контрольная работа)
3. Коммуникативное пространство в массовых коммуникациях (Контрольная работа)
4. Компоненты массовой коммуникации и межкультурная коммуникация (Контрольная работа)
5. Массовый человек: психологические и коммуникативные особенности (Контрольная работа)
6. Реклама и PR как массовая коммуникация (Контрольная работа)
7. СМИ как массовая коммуникация (Контрольная работа)
8. Технологии управления массовыми коммуникациями (Контрольная работа)

БРС дисциплины

3 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Ключевые понятия теории и практики массовых коммуникаций (Тестирование)
 КМ-2 Массовый человек: психологические и коммуникативные особенности (Контрольная работа)
 КМ-3 СМИ как массовая коммуникация (Контрольная работа)
 КМ-4 Ключевые понятия теории и практики (Контрольная работа)
 КМ-5 Коммуникативное пространство в массовых коммуникациях (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	3	6	9	12	15
Ключевые понятия теории и практики массовых коммуникаций						
Определение и компоненты коммуникации	+					
Эффекты массовой коммуникации	+					
Восприятие и изучение массовой коммуникации						
Коммуникативное пространство: общие характеристики			+			
Массовый человек: психологические и коммуникативные особенности			+			
Коммуникативное пространство и его характеристики. Виды коммуникации						
Символы в коммуникации символическая организация коммуникативного пространства				+		
Событийная и мифологическая организация коммуникативного пространства				+		
Современные подходы к стратегическому PR в массовых коммуникациях						
Стратегические массовые коммуникации					+	
Понятия теории коммуникации, инструменты и приёмы, используемые для стратегического PR					+	
Роль общественного мнения в разработке и реализации рекламных стратегий						
Общественное мнение. Характеристики						+
Законы управления общественным мнением						+
Вес КМ:		20	20	20	20	20

4 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-6 Массовая коммуникация и массовые информационные процессы (Тестирование)
- КМ-7 Информационное общество. Коммуникативные барьеры и их преодоление (Контрольная работа)
- КМ-8 Технологии управления массовыми коммуникациями (Контрольная работа)
- КМ-9 Реклама и PR как массовая коммуникация (Контрольная работа)
- КМ-10 Компоненты массовой коммуникации и межкультурная коммуникация (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-6	КМ-7	КМ-8	КМ-9	КМ-10
	Срок КМ:	3	6	9	12	15
Массовая коммуникация и массовые информационные процессы						
Массовая коммуникация как социальная деятельность	+					
Социальные функции массовой коммуникации	+					
Информационное общество. Коммуникативные барьеры и их преодоление						
Основы развития информационного общества определение признаки факторы векторы развития			+			
Коммуникация как передача информации и коммуникативные барьеры на пути к этому и их преодоление			+			
СМИ как инструмент массовой коммуникации. Управление потоками массовой коммуникации через СМИ						
СМИ как инструмент массовой коммуникации				+		
Управление потоками массовой коммуникации через СМИ				+		
Реклама и PR как массовая коммуникация						
Реклама как массовая коммуникация. Модели рекламной коммуникации					+	
PR-деятельность как массовая коммуникация					+	
Реклама как массовая коммуникация. Кросс-культурная коммуникация как разновидность массовой коммуникации						
Коммуникатор и сообщение как важные компоненты массовой коммуникации						+
Искажения в коммуникативном пространстве в случаях межкультурной коммуникации и их преодоление						+
Вес КМ:		20	20	20	20	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
ОПК-4	ИД-3 _{ОПК-4} Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности	Знать: условия функционирования средств массовой коммуникации Уметь: применять рекламу для массовых коммуникаций сопоставлять информационные сообщения в различных изданиях и на разных телеканалах, выпущенные в один промежуток времени применять СМИ для массовых коммуникаций управлять потоками массовой коммуникации через СМИ	КМ-6 Массовая коммуникация и массовые информационные процессы (Тестирование) КМ-7 Информационное общество. Коммуникативные барьеры и их преодоление (Контрольная работа) КМ-8 Технологии управления массовыми коммуникациями (Контрольная работа) КМ-9 Реклама и PR как массовая коммуникация (Контрольная работа) КМ-10 Компоненты массовой коммуникации и межкультурная коммуникация (Контрольная работа)
ОПК-6	ИД-1 _{ОПК-6} Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в рекламных и PR-коммуникациях	Знать: о влиянии массовых коммуникаций на общество и отдельные его стороны Уметь:	КМ-3 СМИ как массовая коммуникация (Контрольная работа) КМ-4 Ключевые понятия теории и практики (Контрольная работа)

		применять теорию массовых коммуникаций	
ОПК-7	ИД-2 _{ОПК-7} Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности	Знать: объектно-предметную область социологии массовой коммуникации Уметь: определять специфику аудитории и коммуникатора применять психологические подходы в массовых коммуникациях	КМ-1 Ключевые понятия теории и практики массовых коммуникаций (Тестирование) КМ-2 Массовый человек: психологические и коммуникативные особенности (Контрольная работа) КМ-5 Коммуникативное пространство в массовых коммуникациях (Контрольная работа)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

3 семестр

КМ-1. Ключевые понятия теории и практики массовых коммуникаций

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут. Количество попыток не более 3-х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение теории и практики массовых коммуникаций

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: предметную область социологии массовой коммуникации объектно-область массовой	1. Массовой коммуникацией можно называть: 1. взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень 2. взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень 3. процесс производства и воспроизводства сообщений, рассчитанных на массовое сознание средствами массовой коммуникации и их передачу соответствующими техническими средствами 4. коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между специально организованной группой и отдельным человеком, группой и группой 5. коммуникацию, направленную на внутреннюю или внешнюю среду организации Ответ: 3 2. Кодирование в коммуникационном процессе означает: 1. определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью любых символов и кодов 2. определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью визуальных символов или кодов 3. определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью вербальных символов или кодов

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
	4.определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью аудиальных символов или кодов 5.определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью пластических символов или кодов Ответ: 1 3.Вербальными коммуникациями называют: 1.коммуникации посредством визуального текста и пластики 2.коммуникации посредством устного слова и письменной речи 3.коммуникации посредством жеста и слова 4.коммуникации посредством графических элементов 5.коммуникации посредством письменной речи, визуального и пластического текста Ответ: 2 4.Невербальными коммуникациями называют: 1. коммуникации посредством жеста и слова 2. коммуникации посредством письменной речи 3. коммуникации посредством визуального и пластического текста Ответ: 3 5.Коммуникатором является: 1. специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуальные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы 2. человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам 3. лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач 4. отправитель сообщения в коммуникационном процессе Ответ: 3

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: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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. Массовый человек: психологические и коммуникативные особенности

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение психологических и коммуникативных особенностей массового человека

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: применять психологические подходы в массовых коммуникациях	1. Дать определение основных понятий и привести примеры: Толпа как объект воздействия и субъект действия в коммерческой и политической сферах 2. Привести примеры PR-кампании, направленной на: а) одного человека (инвесторы, лоббирование, политическая деятельность); б) целевую группу (коммерческая, политическая, финансовая сфера); в) массовое сознание в целом (социальный и государственный PR). Прокомментируйте свои примеры 3. Привести примеры ненасильственных действий, которые дают возможность для реальных действий только одной стороне: (использование «soft power» при проведении «бархатных революций», «сидячие забастовки», тактика ненасильственной борьбы за независимость, практиковавшаяся Ганди и его сторонниками); выберите один из примеров и дайте характеристику ситуации, задачам, стоявшим перед протестующими, какие каналы использовались при этом, каковы, на ваш взгляд, результаты

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 верно на 80 %

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

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

КМ-3. СМИ как массовая коммуникация

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение СМИ как массовой коммуникации

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: применять теорию массовых коммуникаций	1. Приведите примеры символов из одной из сфер, наиболее хорошо вам знакомой. Опишите символы различных форматов 2. Приведите примеры событий из одной из сфер, наиболее хорошо вам знакомой, с большим PR-потенциалом. Опишите последствия этого события, реальные или возможные 3. На какие ещё ситуации или сферы можно распространить потенциал такого рода событий. Приведите по 1-2 примера

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: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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-4. Ключевые понятия теории и практики

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку ключевых понятий теории и практики

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: о влиянии массовых коммуникаций на общество и отдельные его стороны	1.Благотворительность как PR-инструмент (на примере спортсменов или актёров с мировым именем, других популярных личностей, брендов, банки) 2.Стратегии в пиаре как работа со средствами массовой коммуникации 3.Коммуникативное значение миссии или слогана, фирменного стиля, имиджа в стратегическом пространстве (политическая сфера) 4.Коммуникативное значение миссии или слогана, фирменного стиля, имиджа в стратегическом пространстве (коммерческая сфера) 5.Коммуникативное значение гимна, флага или логотипа, имиджа в стратегическом пространстве (государственная или спортивная сфера на выбор)

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 верно на 80 %

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

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

КМ-5. Коммуникативное пространство в массовых коммуникациях

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение коммуникативного пространства в массовых коммуникациях

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: определять специфику аудитории и коммуникатора	1.Сгенерируйте с помощью нейросети несколько опросов с разными условиями внутри одной темы – тему выберите произвольно, но для ответа поясните выбор 2.Задайте как начальные условия разные социальные группы, разные объекты (проблемы внутри темы), с большей или меньшей степенью образованности общественности, большим или меньшим количеством предрассудков у группы, в форме позитивных или негативных суждений 3.Задайте разные критерии вовлечённости объектов в общественное мнение. Первый критерий связан с интересами субъекта. В соответствии с этим критерием объектом общественного мнения могут стать лишь те явления, которые затрагивают интересы личности или социальной группы как разновидности тех или иных групп общественности. Второй критерий связан с многозначностью явлений. В соответствии с этим критерием в объект общественного мнения могут быть включены лишь те явления, которые имеют неоднозначное толкование. Третий критерий связан с компетентностью субъекта. В соответствии с этим критерием объектом общественного мнения могут стать лишь те явления, которые доступны знанию и осмыслению людей, составляющих субъект общественного мнения.

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: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

4 семестр

КМ-6. Массовая коммуникация и массовые информационные процессы

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут. Количество попыток не более 3-х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение массовой коммуникации и массовых информационных процессов

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: условия функционирования средств массовой коммуникации	1.Условия функционирования массовой коммуникации (по Конечкой): массовая аудитория (она анонимна, пространственно рассредоточена, но делится на группы по интересам и т.п.); социальная значимость информации; наличие технических средств, обеспечивающих регулярность, скорость, тиражированность информации, передачу ее на расстояние, хранение и многоканальность (в современную эпоху всеми отмечается преобладание визуального канала). Участниками же массовой коммуникации являются: 1.индивиды 2.каналы коммуникации 3.собираательные образы (народ, армия, прочие) Ответ: 3 2.Эффективность массовой коммуникации определяется: 1.целями и задачами воздействия на читателей, слушателей, зрителей передаваемых сообщений 2.соответствием их содержания и формы постоянным и текущим информационным нуждам людей Ответ: 1,2 3.Средство массовой информации — средство распространения информации, характеризующееся: 1.обращенностью к массовой аудитории 2.эффектом заражения 3.общедоступностью 4.публичным характером 5.корпоративным характером производства и распространения информации

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
	Ответ: 1,2,3 4. Что понимается под массовой коммуникацией? 1. Общение между отдельными индивидами 2. Распространение информации среди больших аудиторий 3. Взаимодействие в рамках одной социальной группы 4. Передача информации только через технические средства 5. Обмен информацией только в рамках одного государства Ответ: 2 5. Какие функции выполняет массовая коммуникация при распространении информации? 1. Создание и поддержание общей "картины мира" * 2. Распространение знаний о действительности 3. Управление и регулирование социальными процессами * 4. Передача ценностей культуры 5. Предоставление развлекательной информации Ответ: 1, 3

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: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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-7. Информационное общество. Коммуникативные барьеры и их преодоление

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение информационного общества и коммуникативных барьеров и их преодоление

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: сопоставлять информационные сообщения в различных изданиях и на разных телеканалах, выпущенные в один промежуток времени	1.Ознакомьтесь с нижеприведённой статьёй и выполните следующее задание. Проанализируйте 2 выпуска своей любимой телепередачи с точки зрения коммуникативных параметров, обрисованных в статье 2.Охарактеризуйте коммуникативное пространство этой передачи. Опишите вербальные характеристики данных выпуском как видеосообщений

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 верно на 80 %

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

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

КМ-8. Технологии управления массовыми коммуникациями

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение технологий управления массовыми коммуникациями

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: управлять потоками массовой коммуникации через СМИ	1.Приведите примеры различных продуктов СМИ, выполняющих тождественные задачи, но различными средствами 2.Сопоставьте информационные сообщения в различных изданиях и на разных телеканалах, выпущенные в

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
	приблизительно один промежуток времени (в течение одних суток). Желательно использовать и печатные (онлайн версии), и электронные (новостной выпуск) СМИ. Укажите общее и различия в осуществлении средствами массовой информации своих функций. Общее количество материалов для сравнения должно быть не меньше 6-ти для коротких публикаций и новостей и не меньше 3-х – для длинных (статья в периодическом издании и новостной сюжет объёмом более 1-й минуты) 3. Чем обусловлена эффективность влияния СМИ на общество? Приведите примеры публикаций в периодической печати (из онлайн версии изданий), которые, на ваш взгляд, а) эффективны, б) неэффективны по своему воздействию на читателя и в) оказали противоположный ожидаемому эффект

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: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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-9. Реклама и PR как массовая коммуникация

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение рекламы и PR как массовой коммуникации

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: применять СМИ для массовых коммуникаций	1.Приведите примеры слухов различных типов и на различную тематику а) из кинофильмов и б) из повседневной жизни. Используйте классификацию из лекционного материала. Какие общественно-психологические потребности каждый из данных слухов в отдельности удовлетворял и какие выполнял функции? Как можно использовать данный слух в управлении массовой коммуникацией конструктивно и деструктивно? Что для этого необходимо сделать? 2.Введите в поиск на различных информационных ресурсах и онлайн версиях каналов СМИ слова: слух, слухи, по слухам. Охарактеризуйте результаты своего мониторинга СМИ по схеме: онлайн ресурс – контекст для слова «слух» и словосочетаний с ним – эмоциональная окрашенность сообщений – соответствие или несоответствие слухов реальности, подтверждаются они в содержащем их сообщении или опровергаются - к какому типу их можно отнести и какие функции они выполняют. 3.Выделите один слух из наиболее хорошо известной вам сферы и «вылечите» его, используя одну из технологий, приводимых в лекционном материале, посвящённом слухам, описывая данный слух и свои действия.

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: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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-10. Компоненты массовой коммуникации и межкультурная коммуникация

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение компонентов массовой коммуникации и межкультурной коммуникации

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: применять рекламу для массовых коммуникаций	1. В отечественной коммуникативистике выделяют четыре функции, типичные для обеспечиваемой СМИ коммуникации. Приведите примеры рекламного сообщения, где была бы ярко выражена: А) информационная функция (предоставление массовому читателю, слушателю и зрителю актуальной информации о самых различных сферах деятельности — деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской и т.п.); Б) регулирующая (имеет широкий диапазон воздействия на массовую аудиторию, начиная с установления контактов и кончая контролем над обществом, влияет на формирование общественного сознания группы и личности, на формирование общественного мнения и создание социальных стереотипов); В) социального контроля; Г) социализации личности — привитие личности тех черт, которые желательны для общества. В каждом случае разьясните: о чём именно информируется аудитория, какие стереотипы создаются или используются, какие черты в данном рекламном сообщении одобряются социумом и прививаются индивиду? В рекламе каких товаров или услуг данные функции, как правило, присутствуют наиболее выражено? Охарактеризуйте каждую из функций применительно к категориям нескольких видов товаров или услуг. Например: реклама товаров личной гигиены - ... ; автомобилей - ... ; книг - 2. Проведите функциональный анализ предвыборного агитационного ролика отдельного кандидата или партии на общероссийских или местных выборах. Различается ли функциональный спектр политического дискурса у различных партий (основных и маргинальных), у политиков регионального и общенационального уровня, у партий и отдельных политических деятелей?

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: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

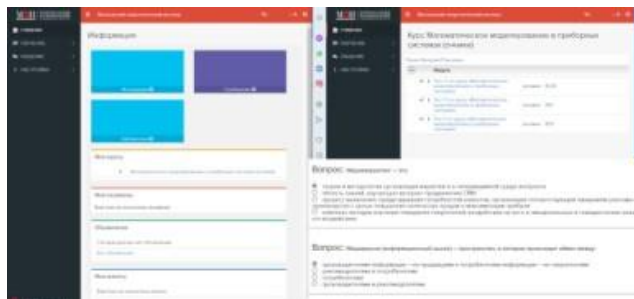
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется
если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

3 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета



Процедура проведения

В тесте 20 вопросов встречаются вопросы следующих типов:

1. с одним вариантом ответа (в вопросах «один из многих», система сравнивает ответ слушателя с правильным ответом и автоматически выставляет за него назначенный балл)
2. с выбором нескольких вариантов ответов (в вопросах «многие из многих» система оценивает каждый ответ отдельно; есть возможность разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
3. на соответствие слушатель должен привести в соответствие левую и правую часть ответа (в вопросах «соответствие» система оценивает каждый ответ отдельно; можно разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
4. развернутый ответ, вводится в ручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1ОПК-6 Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в рекламных и PR-коммуникациях

Вопросы, задания

1. Ключевые понятия теории и практики массовых коммуникаций
2. Анализ эффектов массовой коммуникации
3. Коммуникативное пространство: общие характеристики
4. Массовый человек: психологические и коммуникативные особенности
5. Коммуникативное пространство и его характеристики

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Коммуникации соответствует определение:
Ответы:

1. это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию 2. это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений 4. 3. это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений 5. это средства доведения информации до целевой аудитории 6. это общие добровольные

действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении)

Верный ответ: 1

2. К способам защиты от помех восприятия информации следует причислить:

Ответы:

1.повтор сообщения в разное время 2.значительное повышение громкости речи
3.удаление из аудитории мешающих коммуникатору слушателей 4.прекращение вербальной коммуникации 5.прекращение невербальной коммуникации

Верный ответ: 1

3.Коммуникантом является:

Ответы:

1.группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач 2.получатель сообщения в коммуникационном процессе
3.специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений 4.специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану 5.специалист, в задачу которого входит продуцирование творческих идей, общее руководство творческим или информационно-аналитическим отделом

Верный ответ: 2

4.Массовой коммуникацией можно называть:

Ответы:

1.взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативный уровень 2.взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень 3.процесс производства и воспроизводства сообщений, рассчитанных на массовое сознание средствами массовой коммуникации и их передачу соответствующими техническими средствами 4.коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между специально организованной группой и отдельным человеком, группой и группой 5.коммуникацию, направленную на внутреннюю или внешнюю среду организации

Верный ответ: 3

5.Кодирование в коммуникационном процессе означает:

Ответы:

1.определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью любых символов и кодов 2.определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью визуальных символов или кодов
3.определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью вербальных символов или кодов 4.определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью аудиальных символов или кодов
5.определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью пластических символов или кодов

Верный ответ: 1

2. Компетенция/Индикатор: ИД-2_{ОПК-7} Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности

Вопросы, задания

- 1.Виды коммуникации
- 2.Массовая коммуникация как социальная деятельность
- 3.Эффекты массовой коммуникации
- 4.Социальные функции массовой коммуникации

5. Массовые коммуникации как социально-психологический феномен

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Вербальными коммуникациями называют:

Ответы:

1. коммуникации посредством визуального текста и пластики 2. коммуникации посредством устного слова и письменной речи 3. коммуникации посредством жеста и слова 4. коммуникации посредством графических элементов 5. коммуникации посредством письменной речи, визуального и пластического текста

Верный ответ: 2

2. Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:

Ответы:

1. процессы принятия решений аудитории, эмоциональный подъем, политические предпосылки 2. возможности аудитории в области информационных операций и процессов принятия решений 3. эмоциональный подъем, доминирование-подчинение, канал сообщения 4. целевая аудитория, канал, контекст 5. биографические данные, эмоциональный подъем аудитории, процессы принятия решений

Верный ответ: 4

3. Коммуникация – это двусторонний процесс обмена сообщениями, с целью информирования, инструктирования и убеждения (Катлип, Сентер, Брум). Какая стадия не входит в процесс информирования:

Ответы:

1. привлечение внимания к данной коммуникации 2. обеспечение приема соответствующего сообщения 3. обеспечение надлежащей интерпретации 4. обеспечение запоминания сообщения для его использования 5. стимулирование активного обучения и получения практических навыков

Верный ответ: 5

4. Выделите факторы, которые влияют на содержание диалога:

Ответы:

1. интересы собеседников 2. этнографические различия 3. статусно-ролевые отношения 4. пространственная организация среды

Верный ответ: 1,2,3,4

5. Невербальными коммуникациями называют:

Ответы:

1. коммуникации посредством визуального текста 2. коммуникации посредством устного слова 3. коммуникации посредством жеста и слова 4. коммуникации посредством письменной речи 5. коммуникации посредством визуального и пластического текста

Верный ответ: 5

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы на все вопросы даны верно. Четко сформулированы особенности практических решений. Студент показал при ответе на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, что владеет материалом изученной дисциплины, свободно применяет свои знания для объяснения различных явлений

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

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

недостатки. Студент правильно выполнил задание и в основном правильно ответил на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, но допустил при этом незначительные ошибки

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. Студент в ответах на вопросы экзаменационного билета допустил существенные и даже грубые ошибки, но затем исправил их сам, либо наметил правильный путь его выполнения

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно. Студент не ответил на вопросы экзаменационного билета и не смог решить задачу, либо наметить правильный путь решения вопросов из билета. Из другого экзаменационного билета на тот же раздел дисциплины, выданного взамен первого билета, правильного ответа тоже не было получено, либо при ответе на дополнительные вопросы обнаружилось незнание большого раздела программы

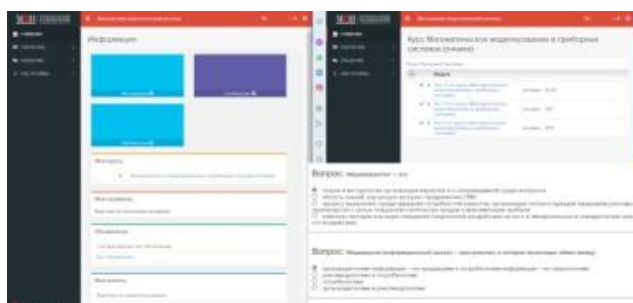
III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ».

4 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета



Процедура проведения

В тесте 20 вопросов встречаются вопросы следующих типов:

1. с одним вариантом ответа (в вопросах «один из многих», система сравнивает ответ слушателя с правильным ответом и автоматически выставляет за него назначенный балл)
2. с выбором нескольких вариантов ответов (в вопросах «многие из многих» система оценивает каждый ответ отдельно; есть возможность разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
3. на соответствие слушатель должен привести в соответствие левую и правую часть ответа (в вопросах «соответствие» система оценивает каждый ответ отдельно; можно разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
4. развернутый ответ, вводится в ручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-Зопк-4 Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности

Вопросы, задания

- 1.Содержательная характеристика понятия «массовая информация»
- 2.Каналы массовой коммуникации в информационных процессах
- 3.Массовая коммуникация и СМИ
- 4.Условия функционирования средств массовой коммуникации в распространении информации
- 5.Масса как большая социальная группа. Особенности и характеристики
6. Управление потоками массовой коммуникации через СМИ
- 7.Дайте определение психологии массовой коммуникации
- 8.Слухи как средство информационно-психологического воздействия в массовой коммуникации
- 9.Реклама как массовая коммуникация
- 10.Кросс-культурная коммуникация как разновидность массовой коммуникации

Материалы для проверки остаточных знаний

1.Подход полезности и удовлетворения потребностей посредством массовой коммуникации опирается на:

Ответы:

1.пирамиду Маслоу 2.бихевиоризм 3.структурализм 4.теорию коммуникационных эффектов

Верный ответ: 1

2. Социально-психологические функции массовой коммуникации основаны на субъективных, психологических потребностях членов общества и включают в себя:

Ответы:

1.функцию социальной ориентировки 2.функции когнитивной дезориентации 3.функцию участия реципиентов в формировании общественного мнения 4.функция социальной идентификации с группой

Верный ответ: 1,3,4

3.В общении психология массовых коммуникаций выделяет следующие стороны:

Ответы:

1.субъективная 2.коммуникативная 3.пассивная 4.интерактивная - регуляция поведения и непосредственная организация совместной деятельности людей, обмен действиями 5.перцептивная - восприятие и понимание людьми друг друга

Верный ответ: 2,4,5

4.Масса как большая социальная группа имеет следующие характеристики – укажите все, на ваш взгляд, верные:

Ответы:

1.разнородность – она может включать людей, занимающих самые различные классовые позиции, разного материального достатка, разных профессий и т.п. 2.анонимность – члены массы представлены как анонимные индивиды, не фиксируются их имена и внешность 3.члены массы объединены общими переживаниями 4.размытость границ: масса не имеет четкой структуры, отсутствует лидер 5.статичность – аморфность массы, ее несводимость к совокупности составляющих элементов 6.ситуативность, временность существования массы 7.верны все варианты

Верный ответ: 7

5.К основным психическим свойствам массового сознания относят:

Ответы:

1.эмоциональность 2.заразительность 3.мозаичность 4.подвижность 5.изменчивость

Верный ответ: 1,2,3,4,5

6.Эффективность массовой коммуникации определяется:

Ответы:

1.целями и задачами воздействия на читателей, слушателей, зрителей передаваемых сообщений 2.соответствием их содержания и формы постоянным и текущим информационным нуждам людей

Верный ответ: 1,2

7.Институциональные изменения – результат приспособления существующих социальных институтов к развитию средств массовой коммуникации – входят в число:

Ответы:

1.преднамеренных эффектов массовых коммуникаций 2.непреднамеренных 3.оба варианта верны

Верный ответ: 3

8.Межличностная и массовая коммуникация характеризуется следующими параметрами:

Ответы:

1. функции
2. эффекты
3. канал
4. обратная связь

Верный ответ: 1, 3, 4

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы на все вопросы даны верно. Четко сформулированы особенности практических решений. Студент показал при ответе на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, что владеет материалом изученной дисциплины, свободно применяет свои знания для объяснения различных явлений

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки. Студент правильно выполнил задание и в основном правильно ответил на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, но допустил при этом незначительные ошибки

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. Студент в ответах на вопросы экзаменационного билета допустил существенные и даже грубые ошибки, но затем исправил их сам, либо наметил правильный путь его выполнения

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно. Студент не ответил на вопросы экзаменационного билета и не смог решить задачу, либо наметить правильный путь решения вопросов из билета. Из другого экзаменационного билета на тот же раздел дисциплины, выданного взамен первого

билета, правильного ответа тоже не было получено, либо при ответе на дополнительные вопросы обнаружилось незнание большого раздела программы

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ».