

**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  
Социология массовых коммуникаций**

**Москва**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель  
(должность)

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

(подпись)

З.К.  
Селиванова  
(расшифровка  
подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

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

(подпись)

А.А. Веселов  
(расшифровка  
подписи)

Заведующий  
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

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

(подпись)

Ю.В.  
Гаврилова  
(расшифровка  
подписи)

## 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-3 способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ

ИД-1 Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ

ИД-3 Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах

и включает:

**для текущего контроля успеваемости:**

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Коммуникации. Социология массовой коммуникации (Тестирование)
2. Науки, не-науки, псевдонауки (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Массовая аудитория и СМИ (Проверочная работа)
2. Массовые коммуникации (Проверочная работа)
3. Социологические исследования (Проверочная работа)

## БРС дисциплины

7 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	3	6	9	12	15
Дисциплинарная организация науки						
Наука как процесс познания дисциплинарная организация науки		+				
Наука ненаука и псевдонаука		+				
Коммуникация						
Коммуникация и этапы развития коммуникации			+			
Теории модернизации и культурного медиаимпериализма			+			
Массовые коммуникации						

Виды и функции массовой коммуникации			+		
СМК объект предмет			+		
Средства массовой коммуникации. Массовая аудитория и СМИ					
Средства массовой коммуникации и типология СМК				+	
Массовая аудитория и ее виды				+	
СМИ как социальный институт				+	
Общественное мнение				+	
Социологические исследования					
Социологическое исследование и его виды					+
Методы социологического исследования					+
Вес КМ:	20	15	15	35	15

\$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-3	ИД-1 <sub>ПК-3</sub> Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Знать: особенности наук и псевдонаук Уметь: использовать социологию массовой коммуникации в профессиональной деятельности эффективно использовать методику и технику проведения количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний	Науки, не-науки, псевдонауки (Тестирование) Массовая аудитория и СМИ (Проверочная работа) Социологические исследования (Проверочная работа)
ПК-3	ИД-3 <sub>ПК-3</sub> Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение	Знать: основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ Уметь: использовать данные	Коммуникации. Социология массовой коммуникации (Тестирование) Массовые коммуникации (Проверочная работа)

	интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов	
--	---	---	--

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

### КМ-1. Науки, не-науки, псевдонауки

**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 10 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 проверку знаний по наукам, не наукам и псевдонаукам

#### Контрольные вопросы/задания:

Знать: особенности наук и псевдонаук	<p>1. Выберите верное суждение:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. наука – это система знаний людей о мире</li><li>2. наука – это ложное сознание</li><li>3. наука – это иллюзорное представление</li><li>4. наука – это производительная сила общества</li></ol> <p>Ответ: 1</p> <p>2. Отметьте верные варианты. К гуманитарным наукам относятся:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. физика</li><li>2. история</li><li>3. лингвистика</li><li>4. астрология</li></ol> <p>Ответ: 2,3</p> <p>3. Что является объектом изучения гуманитарных наук?</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Вселенная</li><li>2. Взаимосвязь природы и человека</li><li>3. Природный мир, связи и отношения его явлений</li><li>4. Человек, общество, связи и отношения между людьми</li></ol> <p>Ответ: 4</p>
--------------------------------------	--

#### Описание шкалы оценивания:

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено верно на 80 %*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

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

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*  
*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

## **КМ-2. Коммуникации. Социология массовой коммуникации**

**Формы реализации:** Компьютерное задание

**Тип контрольного мероприятия:** Тестирование

**Вес контрольного мероприятия в БРС: 15**

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 10 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 проверку знаний по социологии массовой коммуникации

**Контрольные вопросы/задания:**

Знать: основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ	1. Выберите верный вариант ответа на вопрос: социализация и коммуникация – это одно и то же? Ведь они предполагают общение между людьми. 1. да 2. нет 3. затрудняюсь ответить Ответ: 2 2. Отметьте верный ответ: что не относится к видам социальной коммуникации? 1. межличностная 2. публичная 3. классово-кастовая 4. массовая Ответ: 3 3. К каким наукам относится социология массовых коммуникаций? 1. гуманитарным 2. междисциплинарным 3. техническим 4. естественным Ответ: 2
--	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено верно на 80 %*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

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



Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

### КМ-3. Массовые коммуникации

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Проверочная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 15

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

#### Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение вопросов массовой коммуникации путем проверочной работы

#### Контрольные вопросы/задания:

Уметь: использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов	1.Поясните в чем суть теории «культурного медиа империализма» 2.Поясните что Вы понимаете под массивификацией 3.Поясните в чем суть теории «культурного медиа империализма»
---	---

#### Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

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

### КМ-4. Массовая аудитория и СМИ

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Проверочная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 35

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Готовую работу прикрепить посредством модуля Письменная работа в мероприятие «Задания» для проверки преподавателем

#### Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение особенностей массовой аудитории и СМИ

#### Контрольные вопросы/задания:

Уметь: эффективно использовать методику и технику проведения количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения	1.Массовая аудитория, по определению Б. А. Грушина в книге «Массовое сознание» (1987 г.), имеет четыре важные особенности. Назовите эти особенности 2.Приведите 4 примера известной вам массовой
---	---

и оценки PR и рекламных кампаний	аудитории 3.Приведите примеры почему взаимоотношения СМК и государства необходимо регулировать законодательством
----------------------------------	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка:* зачтено

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

*Оценка:* не зачтено

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

**КМ-5. Социологические исследования**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Проверочная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 15

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Готовую работу прикрепить посредством модуля Письменная работа в мероприятие «Задания» для проверки преподавателем

**Краткое содержание задания:**

Контрольная точка направлена на рассмотрение особенностей социологических исследований

**Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: использовать социологию массовой коммуникации в профессиональной деятельности	1.Подготовьте в соответствии с образцом программу социологического исследования 2.Подготовьте в соответствии с образцом анкету социологического исследования 3.Приведите три примера социального эксперимента
--	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка:* зачтено

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

*Оценка:* не зачтено

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

# СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

Вид билета связан с интерфейсом сервиса "Прометей"



## 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-1пк-3 Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ

### Вопросы, задания

1. Предмет социологии массовых коммуникаций - это
2. Цель массовой коммуникации-
3. Основная задача менеджера по связям с общественностью-
4. Назовите этапы социологического исследования
5. Назовите отличие СМК и СМИ

### Материалы для проверки остаточных знаний

1. Отметьте верные варианты. К не-наукам относятся:

Ответы:

1. музыка 2. история 3. религия 4. поэзия

Верный ответ: 1,3,4

2. Отметьте верные ответы. Псевдонауки - это:

Ответы:

1. алхимия 2. астрология 3. френология 4. философия

Верный ответ: 1,2,3

3. Выберите верный вариант ответа на вопрос: социализация и коммуникация – это одно и то же? Ведь они предполагают общение между людьми.

Ответы:

1.да 2.нет 3.затрудняюсь ответить

Верный ответ: 2

4.Отметьте верный ответ: что не относится к видам социальной коммуникации?

Ответы:

1.межличностная 2.публичная 3.классово-кастовая 4.массовая

Верный ответ: 3

5.К каким наукам относится социология массовых коммуникаций?

Ответы:

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

Верный ответ: 2

**2. Компетенция/Индикатор:** ИД-3<sub>ПК-3</sub> Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах

### Вопросы, задания

- 1.Расскажите о культурологической функции
- 2.Назовите основные требования к формулированию гипотез
- 3.Назовите основные методы сбора социологической информации
- 4.Дайте понятие социальному эксперименту
- 5.Назовите виды массовой аудитории

### Материалы для проверки остаточных знаний

1.Выберите верное суждение:

Ответы:

1.наука – это система знаний людей о мире 2.наука – это ложное сознание 3.наука – это иллюзорное представление 4.наука – это производительная сила общества

Верный ответ: 1

2.Отметьте верные варианты. К гуманитарным наукам относятся:

Ответы:

1.физика 2.история 3.лингвистика 4.астрология

Верный ответ: 2,3

3.Что является объектом изучения гуманитарных наук?

Ответы:

1.Вселенная 2.Взаимосвязь природы и человека 3.Природный мир, связи и отношения его явлений 4.Человек, общество, связи и отношения между людьми

Верный ответ: 4

4.Что является объектом социологии массовых коммуникаций?

Ответы:

1.общество 2.социальные взаимодействия 3.массовая коммуникация 4.социальные связи

Верный ответ: 3

5. Коммуникатор – это

Ответы:

1.тот, кто принимает участие в общении 2.тот, кто не принимает участие в общении  
3.тот, кто передает сообщение 4.тот, кто принимает сообщение

Верный ответ: 3

## ***II. Описание шкалы оценивания***

*Оценка: 5*

*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*

*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*

*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

## ***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»