

**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
2021**

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 _{ПК-3} 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 _{ПК-3} 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">1. наука – это система знаний людей о мире2. наука – это ложное сознание3. наука – это иллюзорное представление4. наука – это производительная сила общества <p>Ответ: 1</p> <p>2. Отметьте верные варианты. К гуманитарным наукам относятся:</p> <ol style="list-style-type: none">1. физика2. история3. лингвистика4. астрология <p>Ответ: 2,3</p> <p>3. Что является объектом изучения гуманитарных наук?</p> <ol style="list-style-type: none">1. Вселенная2. Взаимосвязь природы и человека3. Природный мир, связи и отношения его явлений4. Человек, общество, связи и отношения между людьми <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	<p>1. Выберите верный вариант ответа на вопрос: социализация и коммуникация – это одно и то же? Ведь они предполагают общение между людьми.</p> <p>1. да 2. нет 3. затрудняюсь ответить Ответ: 2</p> <p>2. Отметьте верный ответ: что не относится к видам социальной коммуникации?</p> <p>1. межличностная 2. публичная 3. классово-кастовая 4. массовая Ответ: 3</p> <p>3. К каким наукам относится социология массовых коммуникаций?</p> <p>1. гуманитарным 2. междисциплинарным 3. техническим 4. естественным Ответ: 2</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-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	<ol style="list-style-type: none">1.Поясните в чем суть теории «культурного медиа империализма»2.Поясните что Вы понимаете под массификацией3.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	<ol style="list-style-type: none">1.Массовая аудитория, по определению Б. А. Грушина в книге «Массовое сознание» (1987 г.), имеет четыре важные особенности. Назовите эти особенности2.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

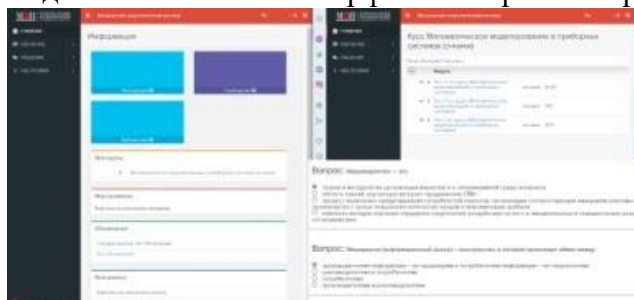
СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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_{ПК-3} 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 бально-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»