


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

Гуманитарно-правовой факультет

Кафедра общеправовых и гуманитарных дисциплин

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

 В.Н. Плаксин

28.10 .2015

Фонд оценочных средств

по дисциплине Б1.В.ДВ.1 «Социология и психология массовых коммуникаций»
для направления 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление
профиля подготовки Муниципальное управление сельских территорий

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения учебной дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций»

Индекс	Формулировка	Разделы дисциплины					
		1	2	3	4	5	6
ОК-2	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования патриотизма и гражданской позиции	+		+		+	
ОК-5	способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия		+	+		+	+
ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию	+	+	+	+	+	+
ПК-8	способность применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования			+	+		+

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1 Шкала академических оценок освоения дисциплины

Виды оценок	Оценки	
Академическая оценка по 2-х балльной шкале (зачет)	не зачтено	зачтено

2.2 Текущий контроль

Код	Планируемые результаты	Раздел дисциплины	Содержание требования в разрезе разделов дисциплины	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
						Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ОК-2	знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории	1, 3, 5	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования патриотизма и гражданской позиции	Лекция, семинар, самостоятельная работа	Тестирование, практические задачи	Тестирование	Тестирование	Тестирование
	уметь: критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений							
	иметь навыки и опыт деятельности: навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и							
						Практические задачи п. 3.2	Практические задачи п. 3.2	Практические задачи п. 3.2

	общества; места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России							
ОК-5	<p>- знать: причины и основные характеристики социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; специфику общения в коллективе; принципы толерантности и нормы взаимодействия в коллективе; принципы взаимодействия в коллективе, обеспечивающие эффективность работы</p> <p>- уметь: учитывать индивидуально-</p>	2, 3, 5, 6	способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Лекция, семинар, самостоятельная работа	Тестирование, практические задачи	Тестирование	Тестирование	Тестирование

<p>психологические особенности, социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при решении широкого круга задач; диагностировать социальные, этнические, конфессиональные и культурные проблемы в коллективе; устанавливать позитивные отношения во взаимодействии с другими членами коллектива</p>						<p>Практические задачи п. 3.2</p>	<p>Практические задачи п. 3.2</p>	<p>Практические задачи п. 3.2</p>
<p>иметь навыки и опыт деятельности: навыками толерантного поведения; навыками регуляции поведения в коллективе; навыками взаимодействия в коллективе в ходе творческого решения профессиональных задач</p>								
<p>ОК-6</p>	<p>- знать: специфику познавательной деятельности, творче-</p>		<p>способностью к самоорганизации и самообразованию</p>	<p>Лекция, семинар, самостоятельная</p>	<p>Тестирование, практические задачи</p>	<p>Тестирование</p>	<p>Тестирование</p>	<p>Тестирование</p>

<p>ской работы; принципы и подходы к организации профессиональной деятельности; основные понятия и содержание психологического знания; основные методы и средства познания и самоконтроля</p>	<p>1-6</p>		<p>работа</p>				
<p>- уметь: рефлексировать индивидуально-психологические особенности, способствующие или препятствующие выполнению профессиональных действий; применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности; использовать различные формы и методы саморазвития и самоконтроля; уметь организовать свой</p>							

	<p>труд во взаимодействии с другими членами организации</p> <p>иметь навыки и опыт деятельности: культурой мышления, способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; способностью анализировать личностно значимые проблемы, видеть способы их решения; навыками самоконтроля, системой общепрофессиональных знаний, способствующих интеллектуальному развитию, повышению культурного уровня и корректному выполнению профессиональных действий; навыками самостоятельной, творческой работы</p>					Практические задачи п. 3.2	Практические задачи п. 3.2	Практические задачи п. 3.2
ПК-8	- знать: место и		способность приме-	Лекция, семи-	Тестирование,	Тестирова-	Тестирование	Тестирование

<p>значение современных информационных технологий в профессиональной деятельности; принципы создания информационных ресурсов; основные возможности, предоставляемые современными информационными технологиями, инструментальными средствами разработки информационных систем</p>	<p>3, 4, 6</p>	<p>нять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования</p>	<p>нар, самостоятельная работа, курсовая работа</p>	<p>практические задачи</p>	<p>ние</p>		
<p>- уметь: применять информационные технологии для решения управленческих задач; самостоятельно формулировать информационные потребности: выполнять предварительный анализ, формулировать требования по созданию (развитию) информационных систем в своей профессиональной дея-</p>							

<p>тельности и оценивать результаты предлагаемых проектных решений для внедрения и использования профессиональных ПО</p>								
<p>иметь навыки и опыт деятельности: навыками работы с текстовыми процессорами и электронными таблицами, графическими редакторами, информационно-справочными средствами, средствами разработки электронных презентаций</p>						<p>Практические задачи п. 3.2</p>	<p>Практические задачи п. 3.2</p>	<p>Практические задачи п. 3.2</p>

2.3 Промежуточная аттестация

Код	Планируемые результаты	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
				Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ОК-2	знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории	Лекция, семинар, самостоятельная работа	Зачет, тестирование, практические задачи	Тестирование	Тестирование	Тестирование
	уметь: критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений					
	иметь навыки и опыт деятельности: навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России			Практические задачи п. 3.2	Практические задачи п. 3.2	Практические задачи п. 3.2
ОК-5	- знать: причины и основные характеристики социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; специфику общения в коллективе; принципы толерантности и нормы взаимодействия в коллективе; принципы взаимодействия в коллективе, обеспе-	Лекция, семинар, самостоятельная работа	Зачет, тестирование, практические задачи	Тестирование	Тестирование	Тестирование

	<p>чивающие эффективность работы</p>					
	<p>- уметь: учитывать индивидуально-психологические особенности, социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при решении широкого круга задач; диагностировать социальные, этнические, конфессиональные и культурные проблемы в коллективе; устанавливать позитивные отношения во взаимодействии с другими членами коллектива</p>			Практические задачи п. 3.2	Практические задачи п. 3.2	Практические задачи п. 3.2
	<p>иметь навыки и опыт деятельности: навыками толерантного поведения; навыками регуляции поведения в коллективе; навыками взаимодействия в коллективе в ходе творческого решения профессиональных задач</p>					
ОК-6	<p>- знать: специфику познавательной деятельности, творческой работы; принципы и подходы к организации профессиональной деятельности; основные понятия и содержание психологического знания; основные методы и средства познания и самоконтроля</p> <p>- уметь: рефлексировать индивидуально-психологические особенности, способствующие или препятствующие</p>	Лекция, семинар, самостоятельная работа	Зачет, тестирование, практические задачи	Тестирование	Тестирование	Тестирование

	<p>выполнению профессиональных действий; применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности; использовать различные формы и методы саморазвития и самоконтроля; уметь организовать свой труд во взаимодействии с другими членами организации</p>					
	<p>иметь навыки и опыт деятельности: культурой мышления, способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; способностью анализировать личностно значимые проблемы, видеть способы их решения; навыками самоконтроля, системой общепрофессиональных знаний, способствующих интеллектуальному развитию, повышению культурного уровня и корректному выполнению профессиональных действий; навыками самостоятельной, творческой работы</p>			<p>Практические задачи п. 3.2</p>	<p>Практические задачи п. 3.2</p>	<p>Практические задачи п. 3.2</p>
<p>ПК-8</p>	<p>- знать: место и значение современных информационных технологий в профессиональной деятельности; принципы создания информационных ресурсов; основные возможности, предоставляемые современными информационными технологиями, инструментальными средствами разработки информационных систем</p>	<p>Лекция, семинар, самостоятельная работа, курсовая работа</p>	<p>Зачет, тестирование, практические задачи</p>	<p>Тестирование</p>	<p>Тестирование</p>	<p>Тестирование</p>

- уметь: применять информационные технологии для решения управленческих задач; самостоятельно формулировать информационные потребности: выполнять предварительный анализ, формулировать требования по созданию (развитию) информационных систем в своей профессиональной деятельности и оценивать результаты предлагаемых проектных решений для внедрения и использования профессиональных ПО

иметь навыки и опыт деятельности: навыками работы с текстовыми процессорами и электронными таблицами, графическими редакторами, информационно-справочными средствами, средствами разработки электронных презентаций

Практические задачи п. 3.2

Практические задачи п. 3.2

Практические задачи п. 3.2

2.4. Критерии постановки зачета

«Зачтено» по дисциплине «Социология и психология массовых коммуникаций» выставляется по итогам проведенного текущего контроля и при выполнении заданий всех практических и лекционных занятий и самостоятельной работы студентов. Решающим фактором при выставлении зачета является успешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

«Не зачтено» по дисциплине «Социология и психология массовых коммуникаций» выставляется, если студент не выполняет задания практических и лекционных занятий, а также текущего контроля и самостоятельной работы. Решающим фактором при выставлении оценки «не зачтено» является безуспешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

2.5 Критерии оценки тестов

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки	Показатель оценки сформированной компетенции
Пороговый (удовлетворительно)	Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления.	Не менее 55 % баллов за задания теста.
Продвинутый (хорошо)	Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал.	Не менее 75 % баллов за задания теста.
Высокий (отлично)	Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует.	Не менее 90 % баллов за задания теста.
Компетенция не сформирована		Менее 55 % баллов за задания теста.

2.6. Критерии оценки устного опроса

Оценка	Критерии
«отлично»	выставляется обучающемуся, если он четко выражает свою точку зрения по рассматриваемым вопросам, приводя соответствующие примеры
«хорошо»	выставляется обучающемуся, если он допускает отдельные погрешности в ответе
«удовлетворительно»	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает пробелы в знаниях основного учебно-программного материала
«неудовлетворительно»	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

2.7. Критерии оценки практических задач

Оценка «отлично» выставляется, если обучающийся решил все рекомендованные задачи, правильно изложил все варианты их решения, аргументировав их.

Оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся решил не менее 95% рекомендованных задач, правильно изложил все варианты решения, аргументировав их.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся решил не менее 50% рекомендованных задач, правильно изложил все варианты их решения, аргументировав их.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающийся не выполнил менее 50% задания, и/или неверно указал варианты решения.

2.8. Допуск к сдаче зачета

1. Посещение лекций и практических занятий. Допускается один пропуск без предъявления справки.
2. Выполнение внеаудиторных заданий.
3. Активное участие в работе на семинарах.
4. Подготовка доклада.

3. Контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения учебной дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций»

3.1 Вопросы к зачету

1. Массовая коммуникация как социальное явление.
2. Возникновение и развитие массовых коммуникаций в обществе.
3. Зарубежные исследования массовой коммуникации.
4. Отечественные исследования массовой коммуникации.
5. Социология и психология массовой коммуникации в системе наук.
6. Основные проблемы в социологии и психологии массовой коммуникации. Задачи, функции и цели в социологии и психологии массовой коммуникации.
7. Структура массовой коммуникации.
8. Формы регуляции взаимоотношений в сфере массовой коммуникации.
9. Виды и модели массовой коммуникации.
10. Массовая коммуникация как социальный институт общества.
11. Понятие массово-коммуникативного процесса.
12. Теории процесса массовой коммуникации.
13. Массовая коммуникация и мировые информационные процессы.
14. Информация, ее виды.
15. Понятие коммуникативного акта.
16. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса. Понятие и сущность общения.
17. Виды и типы общения.
18. Общение как коммуникация.
19. Барьеры общения.
20. Что такое коммуникация?
21. Пресса и власть. Понятие «четвертой власти».
22. Общественность и средства массовой коммуникации.
23. Печать в системе средств массовых коммуникаций.
24. Радио в системе средств массовых коммуникаций.
25. Телевидение в системе средств массовых коммуникаций.
26. Интернет в системе средств массовых коммуникаций, его особенности.

27. Коммуникатор как субъект массовой коммуникативной деятельности.
28. Реклама как форма массовой коммуникации.
29. Коммерческая и социальная реклама в СМИ.
30. Направления социологических исследований массовой коммуникации.
31. Проблема качества итоговой социологической информации.
32. Методы исследования содержания информации.
33. Основные этапы и процедуры контент-анализа.
34. Понятие аудитории. Типы аудитории.
35. Психология толпы и управление толпой.
36. Средства массовой коммуникации и формирование общественного мнения.
37. Ценности и субъекты социальных интересов.
38. Особенности измерения коммуникативного и потребительского поведения аудитории.
39. Методы социологического и психологического изучения характеристик аудитории.
40. Методы информационного воздействия на аудиторию.
41. Массовое сознание и массовая коммуникация
42. Понятие свободы.
43. Сущность свободы деятельности системы массовой коммуникации.
44. Цензура.
45. Эффекты массовой коммуникации.
46. Механизмы психологической защиты и их проявление в массовой коммуникации.
47. Правовые нормы, регулирующие деятельность системы массовой коммуникации.
48. Этические нормы в деятельности системы массовой коммуникации.

3.2 Вопросы к экзамену – «Не предусмотрено»

3.2. Тестовые задания

Тестовые задания для проведения текущего контроля знаний студентов

I:

S: К функциям коммуникации относится

- : прагматическая
- : формирующая
- : функция подтверждения
- : информационная
- : функция организации и поддержания межличностных отношений
- : внутриличностная
- : универсальная

I:

S: Каковы принципы типологии эффектов массовой коммуникации

- : краткосрочные и долгосрочные
- : преднамеренные и непреднамеренные
- : поведенческие и эмоциональные

I:

S: Какой эффект состоит в непланируемых коммуникатором последствиях, наблюдаемых после контактов индивидов с материалами массовой коммуникации

- : индивидуальный ответ
- : индивидуальная реакция
- : распространение инноваций

: распределение информации и знаний
: социальный контроль

I:

S: С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение – это
: социометрические звезды
: лидеры мнения
: референтная группа

I:

S: Иметь форму законченного текста скорее должно
: сообщение в рамках межличностной коммуникации
: сообщение в рамках массовой коммуникации

I:

S: Адресат – это
: объект коммуникации
: субъект коммуникации

I:

S: Какая из приведенных формулировок не использовалась как определение информации
: передача сообщений
: уменьшение или снятие неопределенности
: отрицательная энтропия
: воздействие входа и выхода

I:

S: Социальная коммуникация – это
: связь любых материальных объектов
: связь любых социальных субъектов
: связь учреждений, организаций

I:

S: Массовая коммуникация – это
: информация, которая рождается в массовой аудитории
: информация, которая распространяется по массовым каналам
: информация, которая потребляется массовой аудиторией
: информация, которая обладает обязательно всеми перечисленными признаками
: информация, которая обладает хотя бы одним из перечисленных признаков

I:

S: Механический подход к коммуникации подразумевает
: однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения
: совместная деятельность участников коммуникации, в ходе которой вырабатывается общий взгляд на вещи и действиями с ними

I:

S: Какая форма коммуникативной деятельности в обществе может быть определена как «целенаправленное воздействие коммуникатора на получателя информации»
: общение

: управление
: подражание

I:

S: Какое понятие шире – общение или коммуникация
: общение
: коммуникация
: общение = коммуникация

I:

S: Древние люди, обладавшие наиболее развитыми коммуникативными навыками – это
: кроманьонец
: питекантроп
: синантроп

I:

S: Кто является изобретателем печатного станка
: Кирилл и Мефодий
: И. Федоров
: И. Гуттенберг

I:

S: Коммуникативная личность и индивид – одно и то же
: да
: нет

I:

S: Средства массовой коммуникации – это
: специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории
: технические средства фиксации, копирования, тиражирования текстов и системного распространения больших объемов информации, адресованной массовой аудитории
: технические службы, обеспечивающие передачу и приём сообщений

I:

S: Каков основной недостаток модели коммуникационного процесса, предложенной Г. Лассуэллом
: она абстрагируется от смысла передаваемой информации
: она монологична, не учитывает «обратной связи»
: она не учитывает, что переданное и принятое адресатом сообщения не совпадают

I:

S: Канал коммуникации – это
: способ кодирования сообщений
: специальный маршрут или технология, используемая для доставки сообщения получателю

I:

S: Верно ли, что искажение информации может быть вызвано как ее избыточностью, так и недостаточностью
: да, верно
: нет, не верно

I:

S: Кредитный коммуникатор – это

- : заслуживающий доверия эксперт, к мнению которого прислушивается публика
- : коммуникатор, выступающий перед аудиторией впервые (аудитория оказывает ему кредит доверия)

I:

S: Дискурс можно условно расшифровать с помощью формулы

- : речь + мысль
- : речь + действие
- : речь + реакция коммуниканта

I:

S: Первичные языки невербальной коммуникации – это

- : система жестов пантомимика, мимика
- : азбука Морзе, система нот, языки программирования

I:

S: Какая из перечисленных характеристик относится к вербальной коммуникации

- : составные элементы сообщения трудно разложимы на отдельные единицы
- : составные элементы сообщения четко отделены друг от друга, их соотношение подчинено правилами

I:

S: Расположите пространственные зоны коммуникации в порядке увеличения расстояния между коммуникантами

- : социальная зона
- : личная зона
- : интимная зона
- : публичная зона

I:

S: Социально-демографические характеристики аудитории – это

- : субъективные
- : объективные характеристики

I:

S: Объективное непонимание аудитории – это

- : нежелание аудитории разобраться в проблемах, усваивать и запоминать отдельные термины
- : незнание новых слов, общественные стереотипы восприятия, искажения при передаче информации СМИ

I:

S: Какая из перечисленных характеристик относится к массовой коммуникации

- : опосредованность общения техническими средствами
- : непосредственный контакт в общении
- : «коллективный» характер коммуникатора и его публичная индивидуальность
- : «индивидуальный» характер коммуникатора и его «приватная» индивидуальность

I:

S: Что изучает социология коммуникаций

- : речевую деятельность
- : невербальные средства коммуникации
- : каналы коммуникации
- : коммуникация как социальное явление

I:

S: Возникновение коммуникаций в обществе связано

- : с необходимостью выживания человеческого рода
- : с появлением языка как специального кода передачи информации
- : с формированием предметно-трудовой деятельности

I:

S: Выделите коммуникации по следующим критериям

- : критерию масштабности
- : способа установления контакта
- : с учетом временного фактора
- : по способу передачи информации в организациях
- : специальные коммуникации

I:

S: Определите понятие межкультурная коммуникация (выберите вариант)

- : это взаимодействие разных культур с помощью коммуникативных средств
- : это процесс обмена информацией
- : это выбор каналов информации

I:

S: Кто в бизнес-организациях разрабатывает и утверждает коммуникационную стратегию?

- : персонал организации
- : менеджмент
- : топ-менеджмент
- : руководство компании или фирмы

I:

S: Когда возникли массовые коммуникации

- : с возникновением человечества
- : до Новой эры, когда изобрели алфавит
- : в средние века

I:

S: Есть ли различия между авторитарной и тоталитарной теориями МК

- : существенных различий нет
- : имеются некоторые различия
- : есть принципиальные различия

I:

S: Кто является автором теории двухступенчатого распространения информации

- : П. Лазарсфельд
- : М. Маклюэн
- : Д. Гербнер

I:

I:
S: Сколько этапов выделяется в деятельности массовых коммуникаторов

- : два
- : три
- : четыре
- : пять

I:

S: Что измеряется в рейтингах СМК

- : качество материалов
- : объем радио и телепередач
- : интерес аудитории СМК

I:

S: Сколько свойств символической реальности описывается в теории культивации

- : два
- : три
- : четыре
- : пять
- : более пяти

I:

S: Кого следует относить к активной аудитории

- : тех, кто затрачивает много времени на СМК
- : тех, кто избирательно относится к информации
- : тех, кто эмоционально реагирует на информацию

I:

S: Чем отличается массовая коммуникация от публичного выступления

- : использованием технических средств
- : размещением аудитории в пространстве

I:

S: Что является главным в теории повести дня

- : расположение материалов по темам
- : расположение материалов по значимости

I:

S: На чем делается акцент в теории социальной ответственности

- : на ответственности СМК перед обществом
- : на ответственности общества перед СМК
- : на ответственности СМК и общества

I:

S: Коммуникация как социальная система рассматривалась

- : Кастельсом
- : Шенноном
- : Маклюэном
- : Вебером

I:

S: Главный фактор развития общества – это развитие современных средств распространения информации. Это является основанием

- : интеракционизма
- : технократического подхода
- : системной теории
- : психологического подхода

I:

- S: Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются
- : социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации
 - : наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций
 - : наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций
 - : многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариантность коммуникативных средств

I:

- S: Коммуникативная личность представляет собой
- : специфический социальный феномен, исключительно одаренный человек
 - : личность, обладающая целым рядом индивидуальных характеристик (коммуникабельность, харизма и др.), способствующих выполнению таких социально значимых функций как взаимодействие и воздействие
 - : «коммуникабельный» человек, который резко ограничивает свои действия ради сохранения своих личных секретов
 - : личность, имеющая способность быстро устанавливать контакты с нужными людьми

I:

- S: Барьеры коммуникации – это
- : помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей
 - : препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации
 - : это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте
 - : это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом

3.4 Тестовые задания для проведения промежуточной аттестации студентов

I:

S: К функциям коммуникации относится

+: прагматическая

-: формирующая

-: функция подтверждения

+: информационная

+: функция организации и поддержания межличностных отношений

-: внутриличностная

-: универсальная

I:

S: Каковы принципы типологии эффектов массовой коммуникации

-: краткосрочные и долгосрочные

-: преднамеренные и непреднамеренные

+: поведенческие и эмоциональные

I:

S: С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение – это

-: социометрические звезды

+: лидеры мнения

-: референтная группа

I:

S: Социальная коммуникация - это

-: связь любых материальных объектов

+: связь любых социальных субъектов

-: связь учреждений, организаций

I:

S: Средства массовой коммуникации – это

-: специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории

- + : технические средства фиксации, копирования, тиражирования текстов и системного распространения больших объемов информации, адресованной массовой аудитории
- : технические службы, обеспечивающие передачу и приём сообщений

I:

S: Канал коммуникации – это

- : способ кодирования сообщений
- + : специальный маршрут или технология, используемая для доставки сообщения получателю

I:

S: Что изучает социология коммуникаций

- : речевую деятельность
- : невербальные средства коммуникации
- : каналы коммуникации
- + : коммуникация как социальное явление

I:

S: Кто в бизнес-организациях разрабатывает и утверждает коммуникационную стратегию

- : персонал организации
- : менеджмент
- + : топ-менеджмент
- : руководство компании или фирмы

I:

S: На чем делается акцент в теории социальной ответственности

- : на ответственности СМК перед обществом
- : на ответственности общества перед СМК
- + : на ответственности СМК и общества

I:

S: Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются

- : социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации
- + : наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций
- : наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций
- : многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариантность коммуникативных средств

I:

S: Барьеры коммуникации - это

- + : помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей
- : препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации
- : это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте
- : это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом

I:

S: Однонаправленность потока информации, практическое отсутствие обратной связи, характерно для

- + : специальной коммуникации
- : межличностной коммуникации
- : массовой коммуникации

I:

S: Отношения между участниками коммуникации чаще всего «уставные», должностные, не выходящие за рамки корпоративной морали, максимально ритуализированные, стереотипные, характерны для

- + : специальной коммуникации
- : межличностной коммуникации
- : массовой коммуникации

I:

S: Характерной особенностью и сутью product placement как вида рекламы является

- : это реклама на месте продаж – суть в том, чтобы привлечь внимание потребителей к стенду с товарным знаком
- + : это реклама на месте продаж – суть в том, чтобы рассказать больше о товаре, дать его продегустировать
- : это скрытая реклама, грамотно встроенная в контекст программы или фильма. Суть в том, чтобы повысить лояльность и доверие к рекламируемому продукту

I:

S: На какие виды можно разделить информационные угрозы

- + : умышленные и неумышленные
- : активные и пассивные
- : традиционные и модернизационные
- : отечественные и иностранные

I:

S: К характерным чертам манипуляции не относятся

- : обман
- : психологическое воздействие
- + : административное принуждение
- : скрытость (латентность) воздействия
- : наличие внешнего и внутреннего стимулов, побуждающих к действию
- : управление поведением
- + : симметричность субъектов взаимодействий

I:

S: К специфическим средствам, используемым журналистами в процессе интервью, для манипулятивного воздействия, не относятся

- : логическая аргументация
- : выгодность конкретной ситуации
- + : социальные мифы
- + : прямой/не прямой эфир
- : научные данные
- + : грубое выведение из равновесия
- : атмосфера интервью

- : заголовки
- : фотографии

I:

S: Манипуляция - это

- +: открытое, прямое управление сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать
- : распространенная форма межличностного общения, предполагающая воздействие на партнера по общению с целью достижения своих скрытых намерений
- : скрытое управление сознанием и поведением людей без определенной цели
- : эксклюзивная форма игрового общения, утверждающая психологическое преимущество одного из партнеров

I:

S: Характеристики, определяющие размещение рекламы на телеканале

- +: формат
- +: время вещания
- : конкретное сопровождение (ведущий, передача, телефильм)
- : сетку вещания
- +: технический охват

I:

S: Главным результатом социальной рекламы является

- : продвижение нравственных ценностей
- : воспитательное воздействие
- : интеграция общества
- : снижение социальной напряженности
- +: привлечение людей к участию в решении социально значимых проблем

I:

S: Выберите функции массовой коммуникации, определяющие ее психологическую актуальность

- : распространение знаний о действительности, информирование
- +: социальный контроль и управление
- : интеграция общества и его саморегулирования
- : формирование общественного мнения
- +: социальное воспитание
- : распространение культуры
- : социальная активация личности
- : самоутверждение (самопознание и самореализация)
- +: социальная идентификация
- : социальная релаксация

I:

S: Психологическая эффективность массовой коммуникации - это, в первую очередь

- : адекватный коммуникативный стиль коммуникатора
- : удовлетворенность характеристиками общения
- +: гармония социального взаимодействия
- : наличие обратной связи

I:

S: Массовая коммуникация – это

- + : систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории
- : средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, кино и др.
- : вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовно-практической (образование, воспитание, управление) деятельности

I:

S: Целевой аудиторией СМИ называется

- : группа людей, объединенных единой целью
- + : совокупность людей, к которым обращаются СМИ и которые воспринимают обращенную к ним информацию
- : группа людей, которым товары или услуги, рекламируемые в СМИ, предоставляются бесплатно в качестве рекламы

I:

S: Первичной информацией называется

- : информация, которая только что опубликована в СМИ
- + : информация, которая выявляется в процессе наблюдения и опроса
- : опрос, проводимый в специально оборудованных кабинетах

I:

S: Методом манипулятивного воздействия на подсознание людей при помощи особых форм внушения, которые создают достаточно прочные психологические установки, побуждающие впоследствии к вполне определенным действиям, является

- : агитация
- : пропаганда
- + : нейролингвистическое программирование

I:

S: В обществе массовая коммуникация выполняет следующие наиболее значимые функции

- : наблюдения за окружающим миром
- + : конструктивную
- : развлечения массовой аудитории
- + : гносеологическую
- : экономическую

I:

S: Социология массовой коммуникации изучает

- + : процессы функционирования и развития средств массовой коммуникации, социальную обусловленность и последствия их деятельности
- : общество в целом со всеми его законами развития и функционирования
- : специфику общества и социальных отношений

I:

S: К психологическим функциям массовой коммуникации относятся

- : функция самоутверждения и познания
- + : функция социальной потребности
- : утилитарная функция

I:

S: Отличительными чертами информационного общества являются
+: доступность необходимой информации для всех его членов
-: способность общества поддерживать информационный обмен
-: обеспеченность всех граждан средствами доступа к информации

3.3. Практические задачи

Задача № 1.

Напишите свою автобиографию в форме занимательного рассказа. Придумайте свой собственный миф (он должен базироваться на некоторых реальных фактах Вашей биографии, в нем допускается вольный полет фантазии, опирающийся на конкретных датах, реально произошедших событиях. Придумайте свой слоган, логотип. Напишите сценарий самопрезентационной рекламной статьи о себе.

Задача № 2

Выберите из телевизионной рекламы удачную и неудачную рекламу. Определите причины успеха/ неуспеха работы режиссера рекламного ролика.

Задача № 3

Охарактеризуйте наиболее известные товарные знаки в нашем городе. Проанализируйте товарные знаки с точки зрения продвижения позитивного имиджа фирмы производителя. Проанализируйте, что привлекает внимание потребителя; что бы Вы исправили?

Задача № 4

Проведите сравнительный анализ 2-3 мероприятий (пресс-конференций) специально организованных для журналистов.

Задача № 5

Разработайте и подготовьте пресс-релиз для местных средств массовой информации по поводу открытия фирмы (фабрики, кафе, ТЦ и т.п.).

Задача № 6

Подготовьте методические рекомендации о проведении PR – кампании, ее планировании и основных этапах реализации.

Задача № 7

Разработайте программу PR-кампании (на выбор): для абитуриентов, поступающих в университет на отделение психологии; для платных образовательных услуг факультета философии и психологии; для психологической службы университета; для услуг психолога – практика; для студенческого клуба университета.

Задача № 8

Приведите аргументы подтверждающие правоту высказывания А. Бриггза и П. Кобли, что «современные медиа – это множественное число от слова «медиум»; за понятием «медиа» (которому мы часто приписываем значение единственного числа) на самом деле стоит чрезвычайно сложная и разнообразная совокупность структур и видов деятельности, каждая со своим собственным способом коммуникации, своей экономикой, своими границами и своей аудиторией».

Задача № 9

Прокомментируйте высказывание: социально – психологическое воздействие Интернета на современное общество и личность пользователя является более глубоким и системным, чем воздействие любой другой технической системы.

Задача № 10

Перечислите категории развлекательных программ. Приведите примеры молодежных развлекательных программ, объясните причины их популярности или непопулярности.

Задача № 11

Приведите примеры просветительских, развивающих программ, предназначенных на молодежную аудиторию. Укажите причины их популярности / непопулярности среди молодежной аудитории.

Задача № 12

Аргументируйте тот факт, что изучение медиавоздействий является важной теоретической и практической проблемой психологии массовых коммуникаций.

Задача № 13

Прокомментируйте высказывание: социально – психологическое воздействие Интернета на современное общество и личность пользователя является более глубоким и системным, чем воздействие любой другой технической системы.

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1 Положение о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Положение о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся: Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся П ВГАУ 1.1.01 – 2017, Положение о фонде оценочных средств П ВГАУ 1.1.13 – 2016

4.2 Методические указания по проведению текущего контроля

1.	Сроки проведения текущего контроля	На семинарах
2.	Место и время проведения текущего контроля	В учебной аудитории в течение семинара
3.	Требования к техническому оснащению аудитории	В соответствии с ОПОП и рабочей программой
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	Василенко Ольга Валерьевна
5.	Вид и форма заданий	Собеседование, письменные работы
6.	Время для выполнения заданий	В течение занятия
7.	Возможность использования дополнительных материалов.	Обучающийся может пользоваться дополнительными материалами
8.	Ф.И.О. преподавателя, обрабатывающего результаты	Василенко Ольга Валерьевна
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал и доводится до сведения обучающихся в конце занятия

11.	Апелляция результатов	В порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в Воронежском ГАУ
-----	-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------