

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 19.08.2023 02:35:29
Уникальный программный ключ:
2a04bb882d7edb7f479cb266eb4aaaaedebeea849

Приложение А

(обязательное к рабочей программе дисциплины)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Психология массовых коммуникаций»

Уровень образования

бакалавриат

(бакалавриат/магистратура/специалитет)

Направление подготовки бакалавриата

42.02.03 –Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Профиль направления
подготовки/специализация

Реклама и связи с общественностью в сфере
государственного и муниципального управления
(наименование)

Разработчик



подпись

Магомедова П.А., к.э.н.

(ФИО уч. степень, уч. звание)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры _____
«К» 08 2019 г., протокол № 1



Зав. кафедрой



подпись

Смаева М.А.
(ФИО уч. степень, уч. звание)

г. Махачкала 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)
 - 2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП
 - 2.1.2. Этапы формирования компетенций
 - 2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования
 - 2.2.2. Описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП
 - 3.1. Задания и вопросы для входного контроля
 - 3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций
 - 3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины «Психология массовых коммуникаций» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе студентов, далее – СРС), освоивших программу данной дисциплины.

Целью фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01-Реклама и связи с общественностью.

Рабочей программой дисциплины «Психология массовых коммуникаций» предусмотрено формирование следующих компетенций:

- 1) **УК-5.** Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
- 2) **ОПК-4.** Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Перечень оценочных средств, рекомендуемых для заполнения таблицы 1 (в ФОС не приводится, используется только для заполнения таблицы)

- Коллоквиум
- Кейс-задание
- Контрольная работа
- Круглый стол (дискуссия)
- Решение задач (заданий)
- Тест (для текущего контроля)
- Творческое задание
- Устный опрос
- Эссе
- Тест для проведения зачета / экзамена
- Задания / вопросы для проведения зачета / экзамена

Перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен.

2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Таблица 1

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и тем ¹
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает: межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	Знает: важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; способы интеграции работников, принадлежащих к разным культурам, в производственную команду; Умеет: анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; Владеет: навыками межкультурного взаимодействия при решении профессиональных задач	Тема 1. Понятие коммуникации Тема 2. Психологические особенности и общение коммуникации Тема 3. Общение в условиях массовой коммуникации Тема 4. Психологические процессы в массовой коммуникации Тема 5. Стереотип в психологии массовой коммуникации Тема 31. Специфика коммуникативного воздействия в постсоветском обществе Тема 34. Тактики защиты от атак оппонентов
	УК-5.2. Умеет: воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	Знает: способы преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных барьеров для межкультурного взаимодействия при решении профессиональных задач; Умеет: обосновывать актуальность использования идеологических и ценностных систем при социальном и	Тема 6. Коммуникативные барьеры Тема 7. Общественное мнение Тема 8. Стресс как фактор затрудненной коммуникации Тема 9. Воздействие на партнера в процессе коммуникации Тема 10. Психология групп Тема 11. Массовидные явления и

¹ Наименования разделов и тем должен соответствовать рабочей программе дисциплины.

		профессиональном взаимодействии; Владеет: навыками межкультурного взаимодействия при решении профессиональных задач	паника Тема 32. Преимущества мифологического мышления.
	УК-5.3. Владеет: способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	Знает: принципы создания взаимодействия внутри недискриминационной среды Умеет: преодолевать коммуникативные, образовательные, этнические, конфессиональные барьеры для межкультурного взаимодействия при решении профессиональных задач Владеет: навыками межкультурного взаимодействия при решении профессиональных задач	Тема 12. Психология телевидения Тема 13. Психология слухов Тема 14. Психология рекламы Тема 15. Типы психологии коммуникации Тема 16. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема Тема 17. Сосуществование государства и средств массовой коммуникации Тема 33. Взаимодействие с аудиторией при политической коммуникации
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знает: социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; Умеет: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; Владеет: навыками проведения социологических опросов;	Тема 18. Пресса и интересы политических сил Тема 19. Политические коммуникации и роль психологии в них Тема 20. ПМК и бизнес Тема 22. Процесс восприятия информации в современной аудитории Тема 23. Управление процессом восприятия в массовых коммуникациях Тема 24. Управление процессом понимания в современных массовых коммуникациях

	<p>ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знает: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Умеет: использовать основные инструменты поиска информации Владеет: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Тема 25. Утилизация памяти в современных массовых коммуникациях Тема 26. Использование манипуляций в массовых коммуникациях Тема 27. Психологический аспект манипуляции Тема 28. Убеждение в массовых коммуникациях Тема 29. Внушение как прием массовой коммуникации Тема 30. Практическое применение техники внушения в массовых коммуникациях Тема 34. Тактики защиты от атак оппонентов</p>
--	--	--	--

2.1.2. Этапы формирования компетенций

Сформированность компетенций по дисциплине Психология массовых коммуникаций определяется на следующих этапах:

1. **Этап текущих аттестаций** (Для проведения текущих аттестаций могут быть использованы оценочные средства, указанные в разделе 2)
2. **Этап промежуточных аттестаций** (Для проведения промежуточной аттестации могут быть использованы другие оценочные средства)

Таблица 2

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Этапы формирования компетенции					
		Этап текущих аттестаций					Этап промежуточной аттестации
		1-5 неделя	6-10 неделя	11-15 неделя	1-17 неделя		18-20 неделя
		Текущая аттестация №1	Текущая аттестация №2	Текущая аттестация №3	СРС	КР/КП	Промежуточная аттестация
1		2	3	4	5	6	7
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает: межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	Тест №1, кейс-задание	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Творческое задание №1	-	Тест для проведения зачёта
	УК-5.2. Умеет: воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	Творческое задание №2, кейс-задание	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Творческое задание №2	-	Тест для проведения зачёта
	УК-5.3. Владеет: способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в	Творческое задание №3, кейс-задание	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Творческое задание №3	-	Письменная экзаменационная работа

	социально-историческом, этическом и философском контекстах.						
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности и общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Творческое задание №4, кейс-задание	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Творческое задание №4	-	Письменная экзаменационная работа
	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Творческое задание №5, кейс-задание	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Творческое задание №5	-	Письменная экзаменационная работа

СРС – самостоятельная работа студентов;

КР – курсовая работа;

КП – курсовой проект.

2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования

Результатом освоения дисциплины Психология массовых коммуникаций является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий, повышенный, базовый, низкий.

Таблица 3

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
Высокий (оценка «отлично», «зачтено»)	Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции
Повышенный (оценка «хорошо», «зачтено»)	Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продемонстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков
Базовый (оценка «удовлетворительно», «зачтено»)	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями для их устранения.	Обучающийся владеет знаниями основного материал на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Продемонстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками,

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
	Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции	соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач
Низкий (оценка «неудовлетворительно», «не зачтено»)	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	

Показатели уровней сформированности компетенций могут быть изменены, дополнены и адаптированы к конкретной рабочей программе дисциплины.

2.2.2. Описание шкал оценивания

В ФГБОУ ВО «ДГТУ» внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибалльная, двадцатибалльная и стобальная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибалльная	двадцатибалльная	стобальная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 – 100 баллов	Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала; – исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал; – правильно формирует определения; – демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; – умеет делать выводы по излагаемому материалу.
«Хорошо» - 4 баллов	«Хорошо» - 15 - 17 баллов	«Хорошо» - 70 - 84 баллов	Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений; – достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал; – демонстрирует умения ориентироваться в нормальной литературе; – умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Удовлетворительно» - 3 баллов	«Удовлетворительно» - 12 - 14 баллов	«Удовлетворительно» - 56 – 69 баллов	Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует общее знание изучаемого материала; – испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы; – знает основную рекомендуемую литературу; – умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.
«Неудовлетворительно» - 2 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-55 баллов	Ставится в случае: <ul style="list-style-type: none"> – незнания значительной части программного материала; – не владения понятийным аппаратом дисциплины; – допущения существенных ошибок при изложении учебного материала; – неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; – неумение делать выводы по излагаемому материалу.

3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП

3.1. Задания и вопросы для входного контроля

1. Психология массовой коммуникации в контексте современного гуманитарного знания.
2. Психологические основы создания и распространения информации.
3. Мотивационные аспекты массовой коммуникации.
4. Суггестивные аспекты рекламы и PR - деятельности.
5. Имидж - технологии в массовой коммуникации.
6. Акцентуация характера и восприятие информации.
7. Психоаналитические аспекты массовой коммуникации
8. Рефреймирование в массовой коммуникации.
9. Психология сегментирования.
10. Психология целевой аудитории и лидеров общественного мнения.
11. Психологические аспекты с лидерами общественного мнения.
12. Эффекты массовой коммуникации.
13. Коммуникативные барьеры.
14. Цветовое решение рекламы: психология восприятия.
15. Основные архетипы в массовой коммуникации.
16. Мифодизайн в массовой коммуникации.
17. Реклама и миф, реклама и сказка: проблема социокультурных параллелей.
18. Я - концепция в массовой коммуникации.
19. Ассоциативный подход к созданию рекламы и PR- сообщений.
20. Проблема психологической эффективности массовой коммуникации.
21. Техники психологического воздействия в массовой коммуникации.
22. Психологические параметры потребления.
23. Человек потребляющий: психологическая характеристика.
24. Влияние массовой коммуникации на социализацию в современном мире.

3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций

Критерии оценки уровня сформированности компетенций приводятся для каждого из используемых оценочных средств, указанных в разделе 2 фонда оценочных средств.

3.2.1. Контрольные вопросы для первой аттестации 3 семестра

1. Психология массовидных явлений.
2. Определение психолого-политических массовидных явлений.
3. Характеристика массовидных явлений, исполняющих политику.
4. Характеристика массовидных явлений, формирующих политику.
5. Психология групп людей, распространяющих политику.

3.2.2. Контрольные вопросы для второй аттестации 3 семестра

1. Человек в политике.
2. Психология совокупностей людей, повинующихся политике.
3. Психология политической деятельности
4. Психологическое содержание труда в политике.
5. Психологические средства в политике.

3.2.3. Контрольные вопросы третьей аттестации 3 семестра

1. Общение как восприятие людьми друг друга.
2. Синтоническая модель общения.
3. Деловое общение: деловые дискуссии, беседы, переговоры, деловые совещания.
4. Теория взаимодействия. Межличностные отношения.
5. Средства, методы психологического воздействия.

3.2.4. Контрольные вопросы для первой аттестации 4 семестра

1. Лидер и стили руководства.
2. Психология малых групп.
3. Понятие и виды малых групп.
4. Структура малой группы.
5. Групповая сплоченность.
6. Взаимодействие индивида и малой группы.

3.2.5. Контрольные вопросы для второй аттестации 3 семестра

1. Процессы межгрупповой дифференциации и интеграции.
2. Факторы детерминации межгрупповых отношений.
3. Психология больших социальных групп и массовые психические явления.
4. Теоретические проблемы исследования больших социальных групп.
5. Психология толпы.

3.2.6. Контрольные вопросы третьей аттестации 4 семестра

1. Психология паники и слухов.
2. Межличностное общение.
3. Типичные трудности и техники межличностного общения.
4. Личностные конфликты и их преодоление.
5. Экзистенциальные кризисные ситуации.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);
- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;
- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;
- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

3.2.4 Творческие задания

Тематика рефератов

1. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации
2. Теории медиа-эффектов
3. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне
4. Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне
5. Подражание, заражение, внушение. Симптомы огруппления мышления
6. Психологические модели убеждающего воздействия
7. ПР и пропаганда: сходство и различия (психологический и социально-психологический аспекты)
8. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы
9. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ход и результаты пропаганды

10. Манипулирование: природа, формы и механизмы
11. Роль СМИ в пропаганде и агитации
12. PR и реклама: сходство и различия (психологический и социально-психологический аспекты)
13. Психологическое воздействие в рекламе
14. Психотехнология рекламного дела
15. Психология рекламы в прессе
16. Психология рекламы по телевидению
17. Психология наружной рекламы

Коллоквиум/круглый стол (дискуссия)

Вопросы к коллоквиуму/круглому столу (дискуссии) №1

- Время проведения 30 мин.
- Состоит из 7 вопросов.

1. Массовая культура: понятие, признаки, функции.
2. Массовое сознание: природа, структура, механизмы функционирования.
3. Массовая коммуникация: понятие, особенности, место и роль в обществе.
4. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.
5. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации.
6. Социально-психологические особенности отдельных видов массовой коммуникации.
7. Механизм («цепь») массовой коммуникации.

Вопросы к коллоквиуму/круглому столу (дискуссии) №2

- Время проведения 40 мин.
- Состоит из 14 вопросов.

1. Особенности познавательных психических процессов в массовой коммуникации
2. Особенности эмоционально-волевых процессов в массовой коммуникации
3. Структура личности как база восприятия и обработки информации и главный барьер на пути влияния массовой коммуникации
4. Роль установок и стереотипов в процессе массовой коммуникации
5. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием
6. Мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к СМИ
7. Нормальные и аномальные психические состояния в массовой коммуникации
8. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации
9. Теории медиа-эффектов
10. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне
11. Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне
12. Подражание, заражение, внушение. Симптомы огруппления мышления
13. Психологические модели убеждающего воздействия
14. PR и пропаганда: сходство и различия (психологический и социально-психологический аспекты)

Вопросы к коллоквиуму/круглому столу (дискуссии) №3

- Время проведения 30 мин.
- Состоит из 8 вопросов.

1. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы
2. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ход и результаты пропаганды
3. Манипулирование: природа, формы и механизмы
4. Роль СМИ в пропаганде и агитации
5. PR и реклама: сходство и различия
6. Психологическое воздействие в рекламе

7. Психотехнология рекламного дела
8. Психология рекламы в прессе

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении коллоквиума/круглого стола (дискуссии):

- оценка «отлично»: обучающийся демонстрирует полное понимание материала, дает верные определения основных понятий, корректно использует терминологический аппарат, может обосновать свои суждения. Обучающийся приводит примеры не только из рекомендуемой литературы, но и самостоятельно составленные, демонстрирует способности анализа и высокий уровень самостоятельности. Занимает активную позицию в дискуссии;

- оценка «хорошо»: обучающийся демонстрирует полное понимание материала, дает верные определения основных понятий, корректно использует терминологический аппарат, может обосновать свои суждения. Обучающийся приводит примеры и демонстрирует высокий уровень самостоятельности, устанавливает причинно-следственные связи обсуждаемых проблем;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, допускает ошибки и неточности в определении основных понятий, преимущественно корректно использует терминологический аппарат. Обучающийся недостаточно доказательно и полно обосновывает свои суждения, с затруднением приводит свои примеры;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся не ориентируется в материале, допускает ошибки и неточности в определении основных понятий, некорректно использует терминологический аппарат. Обучающийся не приводит примеры к своим суждениям. Не участвует в работе.

Кейс-задание №1

- Время выполнения 50 мин.
- Предполагает работу в малых группах.

Ответить на вопросы (при необходимости письменно), используя материал лекции и дополнительную литературу:

1. Что такое слух? Расскажите об отличительных особенностях этого явления.
2. Чем обусловлено практическое значение исследования слухов?
3. Дайте классификацию слухов по экспрессивному и информационному параметрам. Иллюстрируйте классификационную таблицу самостоятельными примерами.
4. Почему политически значимый слух не бывает полностью достоверным? Расскажите о характерных искажениях сюжета в процессе циркуляции. Вспомните случаи таких искажений из личной жизни или из литературы.
5. Какие предпосылки необходимы для возникновения слуха? Как объясняет появление слухов системно-экологическая модель?
6. Какие дополнительные факторы могут способствовать распространению слухов?
7. Возможно ли предвидеть и предупредить появление слухов? Какими мерами формируется слухоустойчивая среда?
8. Какие вам известны приемы ликвидации циркулирующего слуха? От чего зависит выбор тех или иных приемов в каждом конкретном случае?

Кейс-задание №2

- Время выполнения 50 мин.
- Предполагает работу в малых группах.

Ответить на вопросы (при необходимости письменно), используя материал лекции и дополнительную литературу:

1. Дайте сравнительный анализ социологического (мода как социальная норма) и психологического (функционирование моды на уровне индивида) аспектов изучения моды и модного поведения (3–4 стр.).

2. Воспроизведите современные представления о социально-психологических механизмах функционирования моды (3–4 стр.).

3. Опираясь на общее представление об аудитории массовой коммуникации, раскройте специфические особенности аудитории информационного пространства моды (2–3 стр.).

Кейс-задание №3

- Время выполнения 50 мин.
- Предполагает работу в малых группах.

Ответить на вопросы (при необходимости письменно), используя материал лекции и дополнительную литературу:

Опираясь на соответствующие учебные материалы (Гамезо М. В., Домашенко И. А. Атлас по психологии. М., 1999. С. 231–241 и др.), дайте характеристику коммуникативным способностям личности (3–4 стр.).

2. Посетите и проанализируйте содержание web-сайта «Творческое мышление» (www.rozmisel.irk.ru). Сделайте подборку материалов по обсуждаемой тематике (5–6 стр.).

3. Посетите и проанализируйте материалы web-сайтов www.triz-ri.ru, www.triz-chance.spb.ru. Сделайте подборку материалов и соответствующий обзор применительно к разбираемой теме (5–6 стр.).

4. Проанализируйте метод «мозгового штурма» при решении задач в области публичных рилейшнз и предложите 10–15 идей для повышения его эффективности (1–2 стр.).

Кейс-задание №4

- Время выполнения 50 мин.
- Предполагает работу в малых группах.

Ответить на вопросы (при необходимости письменно), используя материал лекции и дополнительную литературу:

1. Проанализируйте и опишите (в виде небольшого реферата на 5–6 стр.) последующие этапы исследований массовой коммуникации (объект и предмет исследования, методология и методы изучения, гипотезы и теории, достоинства и недостатки полученных результатов): принципы культивационного анализа Анненбергской школы и т.д. (см. публикации М.М. Назарова и др.).

2. Опишите основные методы психологических исследований массовой коммуникации (контент-анализ, фокус-группа, анкетирование, интервью, тестирование, включенное наблюдение, психосемантика и пр.). Раскройте их достоинства и недостатки (5–6 стр.).

3. Проанализируйте публикацию И. А. Васильева «Типы исследования в психологии» (www.chat.ru/~aldisas.gprac.zip) применительно к обсуждаемой тематике (4–5 стр.).

Кейс-задание №5

Задание 1. Заполнить таблицу. Слушаете ли Вы радио? Какие радиостанции Вы предпочитаете слушать? Радио в целом (слушаю), Европа плюс, Русское радио, Маяк, 2x2 на Волге, Мелодия, Радио Ностальжи, Радио России, ГТРК «Волга», Другое (впишите). Полученные данные проинтерпретируйте в контексте психологического знания.

Задание 2. Сравните полученные данные с данными КОМКОН (см.: Практический маркетинг. 2002. № 2. С. 30 – 32).

Задание 3. Сделайте сравнительный анализ аудиторий различных городов (см.: Практический маркетинг. 2002. № 1 – 12).

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при решении кейс-задания:

- оценка «отлично»: в процессе решения проблемной ситуации продемонстрированы глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений. Ответы и предложенные решения логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные. Грамотно и полно сформулированы все обоснования; изложение материала логично, грамотно, без ошибок; обучающийся демонстрирует связь теории с практикой;

- оценка «хорошо»: показаны твёрдые и достаточно полные знания материала дисциплины. Ответ содержит незначительные ошибки, однако, в целом, обучающийся демонстрирует правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; дает грамотные ответы на поставленные вопросы в кейсе, обосновывает принятое решение;

- оценка «удовлетворительно»: рассуждения обучающегося поверхностные, слабое владение профессиональной терминологией, не связывает теорию с практикой, рассуждения нелогичны, решение не обосновано либо предложения не раскрывают суть проблемы;

- оценка «неудовлетворительно»: предпринята попытка решения проблемной ситуации, ответ неверен, допущены критические ошибки в решении, ответ показывает непонимание обучающимся сути вопроса, незнание теории, неумение связать теорию с практикой.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);

- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

Тестовые задания №1

В каждом вопросе выберите один из вариантов правильного ответа

1. Объект изучения социологии массовой коммуникации:

- 1) социологические теории, объясняющие происхождение и функции массовой коммуникации;
- 2) массовая коммуникация как система;
- 3) мировое пространство, в котором функционируют массовые коммуникации;
- 4) система средств массовой информации.

2. Предмет изучения социологии массовой коммуникации:

- 1) социологический анализ элементов коммуникации;
- 2) массовая коммуникация как система;
- 3) средства массовой коммуникации;

4) массовая коммуникация как процесс

3. Социология массовой коммуникации – это ...

- 1) специальная социологическая теория;
- 2) совокупность методов исследования массовой коммуникации;
- 3) раздел теории коммуникации;
- 4) медиа-исследования.

4. Начало изучению массовой коммуникации как социального явления положил:

- 1) К. Маркс;
- 2) О. Конт;
- 3) М. Вебер;
- 4) П.А. Сорокин.

5. Установите последовательность возникновения указанных наук:

- 1) социология;
- 2) социология массовой коммуникации;
- 3) социология общественного мнения;
- 4) социология коммуникации

6. Исследования массовой коммуникации приобретают практическую направленность в связи:

- 1) с проведением пропагандистских акций;
- 2) с созданием новейших средств массовой коммуникации;
- 3) с потребностями информировать и развлекать;
- 4) данные исследования носят только теоретический характер.

7. Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации:

- 1) исследование продажи медиа-продукции;
- 2) исследование производства медиа-продукции;
- 3) исследование содержания медиа-продукции;
- 4) исследование потребления медиа-продукции.

8. Теоретическими предпосылками формирования социологии массовой коммуникации являются:

- 1) позитивизм;
- 2) бихевиоризм;
- 3) теории массовой коммуникации;
- 4) социология общественного мнения.

9. Представление о СМК как самоорганизующейся и самоконтролируемой системе существует:

- 1) в структурализме;
- 2) в теориях массового общества;
- 3) в культурологическом направлении;
- 4) в теориях «информационного общества».

10. Основой теории информационного общества является:

- 1) концепция информационного дефицита;
- 2) концепция постиндустриального общества;
- 3) концепция культурного плюрализма;
- 4) концепция свободного потока информации.

11. Кому из теоретиков социологии массовой коммуникации принадлежит идея: «само средство коммуникации и есть сообщение»?

- 1) А. Молю;
- 2) М. Маклуэну;
- 3) М. Веберу;
- 4) Г. Лассуэллу.

12. Основные социологические методы определения лидеров мнений:

- 1) метод самоопределения;
- 2) метод ключевых информантов;
- 3) социометрический;
- 4) метод фокус-групп.

13. Определите верную последовательность этапов развития средств коммуникации:

- 1) письменность;
- 2) устная речь;
- 3) печать;
- 4) создание технических усилителей речи.

14. К основным формам регуляции отношений в сфере СМК относят:

- 1) законодательство;
- 2) профессиональные кодексы этики;
- 3) властные решения;
- 4) традиции, мораль.

15. Согласно Закону «О СМИ», государственные органы и организации предоставляют сведения о своей деятельности средствами массовой информации:

- 1) по запросам редакций;
- 2) через проведение пресс-конференций;
- 3) по телефону;
- 4) путем рассылки справочных и статистических материалов.

16. Информационное и социальное неравенство соотносятся следующим образом:

- 1) информационное неравенство ведет к социальному неравенству;
- 2) информационное неравенство ведет к социальному равенству;
- 3) информационное неравенство порождает социальное неравенство;
- 4) информационное неравенство никак не связано с социальным неравенством.

17. Сетевое сообщество – это ...

- 1) группа людей, поддерживающих виртуальное общение;
- 2) группа людей, ведущих совместную деятельность при помощи компьютерных сетевых сообществ;
- 3) группа людей, основанная на добровольном членстве;
- 4) референтная группа

18. Основными формами взаимоотношений государства и СМК являются следующие:

- 1) государство владеет СМК и полностью определяет их политику;
- 2) государство не владеет СМК, но влияет на их политику;
- 3) государство не вмешивается в деятельность СМК;
- 4) СМК отражают плюрализм социальных и экономических отношений.

19. Российским Законом «О СМИ» цензура:

- 1) разрешена;
- 2) запрещена;
- 3) запрещена, за исключением отдельных моментов;
- 4) разрешена, за исключением отдельных моментов.

20. Под распространением продукции средства массовой информации понимается:

- 1) продажа (подписка, доставка, раздача) периодических печатных изданий, аудио- или видеозаписей программ;
- 2) трансляция радио-, телепрограмм (вещание);
- 3) демонстрация кинофильмов в кинотеатрах;
- 4) демонстрация кинохроникальных программ.

Тестовые задания №2

В каждом вопросе выберите один из вариантов правильного ответа

1. Согласно российскому закону о СМИ, деятельность средств массовой информации может быть прекращена:

- 1) по решению исполнительного органа власти;
- 2) по решению суда на основании иска регистрационного органа;
- 3) на основании Федерального закона «О противодействии экстремистской деятельности»;
- 4) по решению учредителя.

2. Информационная услуга – это...

- 1) услуга, ориентированная на удовлетворение информационных потребностей;
- 2) специфический информационный продукт;
- 3) услуга государственного органа власти;
- 4) результат деятельности производителя информационных продуктов.

3. Укажите верную последовательность в появлении типов СМИ:

- 1) государственные;
- 2) частные;
- 3) государственно-общественные.

4. Укажите верную последовательность фаз технологического цикла производства СМИ:

- 1) сбор информации;
- 2) мультиплицирование содержания;
- 3) доставка к потребителю;
- 4) производство содержания.

5. Цель создания общероссийских обязательных общедоступных каналов:

- 1) получение прибыли от рекламной деятельности на канале;
- 2) выравнивание культурных и образовательных различий;
- 3) создание условий для получения населением социально значимой информации;
- 4) объединение людей в единое информационное пространство.

6. Тенденции развития современного российского медиарынка:

- 1) увеличение числа медиаканалов;
- 2) фрагментация аудиторий;
- 3) специализация СМИ;
- 4) снижение конкуренции среди каналов массовой коммуникации.

7. Уникальность продукта медиарынка в том, что он является:

- 1) товаром;
- 2) услугой;
- 3) товаром и услугой одновременно;
- 4) ни товаром, ни услугой.

8. Социальная реклама направлена на:

- 1) достижение благотворительных целей;
- 2) общественно полезных целей;
- 3) обеспечение интересов отдельных социальных групп;
- 4) обеспечение интересов государства.

9. В социальной рекламе не допускается упоминание:

- 1) о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических и юридических лицах;
- 2) об органах государственной власти, иных государственных органах;
- 3) об органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления;
- 4) о спонсорах.

10. Какие передачи не допускается прерывать рекламой:

- 1) спортивные;
- 2) религиозные;
- 3) музыкальные;
- 4) развлекательные.

11. Нарушение физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии:

- 1) с гражданским законодательством;
- 2) с уголовным законодательством;
- 3) с административным законодательством;
- 4) с нормами морали.

12. Медиа-исследования – это ...

- 1) исследования популярности средств массовой коммуникации;
- 2) исследования СМК с целью получения информации о каналах коммуникации и аудитории;
- 3) методология исследования средств массовой коммуникации;
- 4) конкретные методики медиа-анализа.

13. По периодичности медиа-исследования бывают:

- 1) опросные;
- 2) разовые (срезовые);
- 3) волновые (периодические);
- 4) непрерывные (постоянные).

14. Состав группы респондентов при панельных исследованиях медиа:

- 1) может быть либо постоянным, либо переменным в зависимости от цели исследования;
- 2) постоянен, опрос проводится регулярно в течение данного срока;
- 3) меняется, опрос проводится регулярно в течение данного срока;
- 4) постоянен, опрос проводится нерегулярно, время от времени.

15. Опрос в медиа-исследованиях проводится с помощью:

- 1) бланка наблюдения;
- 2) анкеты;
- 3) дневников;
- 4) пиплметрии.

16. Эффективность деятельности СМК – это...

- 1) соотношение достигнутого результата намеченной цели;
- 2) соотношение достигнутых результатов (эффектов) и затрат, связанных с обеспечением этих результатов;
- 3) экспертные оценки, мнения об эффективности;
- 4) мнения людей о результативности деятельности СМК.

17. Основными целями адресанта СМК являются:

- 1) возможность влиять на общественные процессы;
- 2) формирование общественного мнения, соответствующих взглядов на социальную действительность;
- 3) мобилизация аудитории на определенные действия;
- 4) контроль над сознанием и поведением людей.

18. Уровень эффективности СМК и их конкретное проявление обусловлены:

- 1) характером исходных целей, задач, идей, их реальностью;
- 2) внутри и внешнеполитической обстановкой в стране;
- 3) технической, технологической, научной и интеллектуальной возможностью процесса их распространения, формирования ценностей, идеалов, воззрений;
- 4) степенью принятия или непринятия целей, глубиной усвоения аудиторией содержания передаваемой информации.

19. Общественное мнение – это феномен ...

- 1) духовной природы;
- 2) практической природы;
- 3) духовно-практической природы;
- 4) виртуальной природы.

20. Структура общественного мнения представлена следующими компонентами:

- 1) рациональный;
- 2) эмоциональный;
- 3) информационный;
- 4) поведенческий (волевой).

Вопросы остаточных знаний студентов

1. Характеристика массовидных явлений, исполняющих политику.
2. Освоение навыков взаимодействия с людьми
3. Развитие навыков эмоциональной саморегуляции
4. Факторы детерминации межгрупповых отношений.
5. Психология больших социальных групп и массовые психические явления.
6. Теоретические проблемы исследования больших социальных групп.
7. Освоение навыков взаимодействия с людьми
9. Выбор субъективно-оптимального жизненного пути.
10. Сила «Я» и самоуважение.
11. Условно-компенсаторные пути.
12. Функции общения.
13. Взаимное влияние людей в процессе межличностного общения.
14. Познание в процессе межличностного общения.

15. Типичные трудности и техники межличностного общения.
16. Критические жизненные ситуации: стресс, конфликт, кризис.
17. Жизненный цикл и возрастные кризисы.
18. Противоречия и кризисы как факторы развития личности.
19. Личностные конфликты.
20. Экзистенциальные кризисные ситуации.
21. Конструктивное преодоление личностных конфликтов и кризисов.

3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

3.3.1. Перечень вопросов к зачёту

1. Место психологии коммуникации в рамках психологических наук.
2. Понятие и основные подходы к операционализации (объяснению, определению) понятия коммуникация.
3. Формы коммуникативного действия (общения).
4. Психологические особенности коммуникации.
5. Психологические процессы в массовой коммуникации
6. Особенности общения в условиях массовой коммуникации.
7. Стороны общения в условиях массовой коммуникации.
8. Критерии психологической эффективности массовой коммуникации.
9. Методы психологического воздействия средств массовой коммуникации.
10. Характеристика коммуникации (виды, функции, типы, компоненты, структура).
11. Средства коммуникации.
12. Стереотип и установка в массовой коммуникации.
13. Значение стереотипа и установки в восприятии информации массовых коммуникаций.
14. Роль рекламных и PR-коммуникаций в формировании стереотипа и установки.
15. Барьеры коммуникации.
16. Перцепция.
17. Позиции характеристики коммуникации.
18. Коммуникация как информационный процесс.
19. Сущность общественного мнения.
20. Формирование общественного мнения.
21. Стресс и ее симптомы.
22. Воздействие на партнера в процессе коммуникации.
23. Функциональный подход к деятельности ПМК.
24. Как «работают» функции ПМК: докоммуникативная коммуникативная стадии.
25. Воздействие информации на потребителя посткоммуникативная стадия.
26. Структурные элементы.
27. Убеждение и его виды.
28. Системность психологии коммуникации и виды коммуникативных систем.
29. Понятие системности.
30. Система языка и коммуникативные системы.
31. Виды коммуникативных систем.
32. Малые группы.
33. Характеристики, определяющие положение в личности в группе.
34. Психология толпы.
35. Сущность толпы.
36. Типология толпы.
37. Общественное мнение, настроение.
38. Сплетни и их разновидности. Массовая паника.
39. Сущность панического поведения.
40. Факторы возникновения паники.
41. Психологические механизмы развития паники.
42. Предотвращение и ликвидация паники.

43. Психологические эффекты телевидения.
44. Десенсибилизация.
45. Культивация.
46. Катарсис.
47. Слухи и их классификация.
48. Источники и условия возникновения слухов.
49. Особенности циркуляции слухов.
50. Противодействие слухам.
51. Сущность рекламы
52. Генеральная функция рекламы
53. Психологическое значение рекламы
54. Возбуждение желаний. Внушение.
55. Заражение.
56. Подражание.
57. Типы коммуникации.
58. Межличностная коммуникация.
59. Сущность и функции межличностной коммуникации.
60. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
61. Характеристики различных способов передачи информации.
62. Оформление массовой коммуникации как социального института.
63. Специфика аудитории ПМК.
64. Государство и его взаимоотношения с ПМК.
65. Законодательная власть и пресса.
66. Исполнительная власть и пресса.
67. Судебная власть и пресса.

3.3.2. Перечень вопросов к экзамену

1. Усиление роли политической коммуникации в современном обществе.
2. Роль рекламы в презентации политических сил.
3. Факторы воздействия на электорат.
4. Политическая коммуникация ее особенности
5. Опросы общественного мнения как фактор воздействия на электорат.
6. ПМК как индустрия.
7. Пресса и реклама.
8. Пресса и ПР - структуры.
9. Процесс внимания и его свойства.
10. Свойства внимания как психического процесса.
11. Способы привлечения внимания аудитории.
12. Процесс восприятия и его особенности.
13. Приемы расчленения информации.
14. Особенности восприятия как психического процесса.
15. Этапы восприятия как психического процесса
16. Ограничения эффективности информационного воздействия.
17. Процесс восприятия информации в современной аудитории.
18. Управление процессом восприятия в массовых коммуникациях.
19. Причины, влияющие на успешность процесса понимания информации
20. Специфика процесса понимания в массовых коммуникациях
21. Управление процессом понимания информации
22. Свойства понимания
23. Приемы управления пониманием
24. Особенности запоминания сообщений аудиторией
25. Негативные эффекты памяти
26. Преднамеренное запоминание сообщений

27. Непроизвольное запоминание сообщений
28. Управление процессом запоминания сообщений
29. Психологические закономерности построения запоминающихся сообщений
30. Социальные функции манипуляции
31. Законы политики обмана
32. Психологическая база манипуляций
33. Информационные аспекты манипулятивного воздействия
34. Классификация манипуляторов
35. Способы манипуляции
36. Проблема принятия ответственности
37. Диагностика манипуляции
38. Понятие убеждения. Его особенности как техники воздействия.
39. Приемы убеждения.
40. Технология устного убеждения.
41. Сущность процесса внушения.
42. Роль слухов во внушающей коммуникации.
43. История применения внушения в массовых коммуникациях.
44. Теоретические аспекты применения техники внушения.
45. Сущность механизма внушения.
46. Приемы внушения.
47. Классификация Г. Блуммера.
48. Работа с аудиторией в устной форме в технике внушения.
49. Современные подходы к внушению.
50. Миф и обыденное сознание постсоветского общества.
51. Границы рассматриваемого периода.
52. Средства массовой коммуникации как создатели мифов.
53. Черты мифологического мышления
54. Теоретические аспекты взаимодействия с аудиторией.
55. Правила взаимодействия с аудиториями избирателей.
56. Правила формирования «событийного имиджа».

Дополнительно указываются:

а) методические рекомендации по подготовке и процедуре осуществления контроля выполнения

Зачеты и экзамены могут быть проведены в письменной форме, а также в письменной форме с устным дополнением ответа. Зачеты служат формой проверки качества выполнения студентами лабораторных работ, усвоения семестрового учебного материала по дисциплине (модулю), практических и семинарских занятий (при отсутствии экзамена по дисциплине).

По итогам зачета, соответствии с модульно – рейтинговой системой университета, выставляются баллы с последующим переходом по шкале баллы – оценки за зачет, выставляемый как по наименованию «зачтено», «не зачтено», так и дифференцированно т.е. с выставлением отметки по схеме – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», определяемое решением Ученого совета университета и прописываемого в учебном плане.

Экзамен по дисциплине (модулю) служит для оценки работы студента в течении семестра (года, всего срока обучения и др.) и призван выявить уровень, качество и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умения синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. По итогам экзамена, в соответствии с модульно – рейтинговой системой университета выставляются баллы, с последующим переходом по шкале оценок на оценки: «отлично», «хорошо»,

«удовлетворительно» и «неудовлетворительно», свидетельствующие о приобретенных компетенциях или их отсутствии.

Форма экзаменационного билета (пример оформления)

<p style="text-align: center;"><u>Министерство науки и высшего образования РФ</u> <u>ФГБОУ ВО "Дагестанский государственный технический университет"</u></p> <p>Дисциплина (модуль) <u>Психология массовых коммуникаций</u> Код, направление подготовки/специальность <u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u> Профиль (программа, специализация) <u>РиСсОвГиМУ</u> <u>Кафедра ПиСКС</u> <u>Курс 2/3</u> <u>Семестр 4/6</u> Форма обучения – <u>очная/заочная</u></p> <p style="text-align: center;">ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №_____.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Работа с аудиторией в устной форме в технике внушения.2. Социальные функции манипуляции3. Приемы убеждения. <p>Экзаменатор.....И.О.Ф.</p> <p>Утвержден на заседании кафедры (протокол №__ от _____ 20__ г.)</p> <p>Зав. кафедрой (название).....И.О.Ф.</p>
--

В ФОС размещается пример заполненного экзаменационного билета. Весь комплект экзаменационных билетов по дисциплине хранится на кафедре в соответствии с утвержденной номенклатурой дел.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения зачета:

- оценка «зачтено»: обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание материала, свободно выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, усвоивший основную и дополнительную литературу. Обучающийся выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне не ниже базового;

- оценка «не зачтено»: обучающийся демонстрирует незнание материала, не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины. Обучающийся не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне ниже базового. Дальнейшее освоение ОПОП не возможно без дополнительного изучения материала и подготовки к зачету.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) / экзамена:

- оценка «отлично»: обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявил совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыл основные положения темы. В ответе прослеживается четкая структура, логическая

последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Обучающийся подкрепляет теоретический ответ практическими примерами. Ответ сформулирован научным языком, обоснована авторская позиция обучающегося. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«хорошо»**: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявлено умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, но есть недочеты в формулировании понятий, решении задач. При ответах на дополнительные вопросы допущены незначительные ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«удовлетворительно»**: обучающимся дан неполный ответ на вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, нарушена логика ответа, не сделаны выводы. Речевое оформление требует коррекции. Обучающийся испытывает затруднение при ответе на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень владения компетенцией(-ями);

- оценки **«неудовлетворительно»**: обучающийся испытывает значительные трудности в ответе на вопрос, допускает существенные ошибки, не владеет терминологией, не знает основных понятий, не может ответить на «наводящие» вопросы преподавателя. Обучающимся продемонстрирован низкий уровень владения компетенцией(-ями).

Критерии оценки уровня сформированности компетенций для проведения экзамена/дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) зависят от их форм проведения (тест, вопросы, задания, решение задач и т.д.).