

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

**Фонд оценочных средств
по дисциплине «Социология массовых коммуникаций в коммерческой сфере»**

**Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Брянск
2025

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01DAF20DF11AE8200080F7A381D0002
Владелец: Прокопенко Любовь Леонидовна
Действителен: с 19.08.2024 до 19.08.2025

1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-4.1

Код и описание компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах(или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1.Анализирует систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
	ОПК-2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
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	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

2. ТИПОВЫЕ ИНСТРУКЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Инструкция
Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких ответов	Прочитайте текст и выберите правильный ответ (Если несколько ответов, то прочитайте текст и выберите правильные ответы)
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Задания с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Указания по оцениванию	Результат оценивания
Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным если правильно установлены все соответствия	Верно/неверно
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Задание закрытого типа на установление правильной последовательности считается верным если правильно указываются все последовательности	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указан ответ и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором нескольких ответов из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указаны ответы и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания открытого типа с развернутым ответом	Задания открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталоном по содержанию и полноте.	Верно/неверно

3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

3.1. Задания для проведения текущего контроля обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень
---------------------------	--------------------	----------------

		освоения
Вопрос: 1 Единство убеждений и действий, взаимопомощь и поддержка членов социальной группы, основывающиеся на общности интересов и необходимости достижения общих групповых целей, совместная ответственность, - это: N: коммуникация N: господство Y: солидарность N: конформизм Вопрос: 2 Сложный процесс включения индивида в мир общества, в ходе которого он усваивает образцы поведения, социальные нормы и ценности, необходимые для успешного функционирования в данном обществе, - это: N: аккультурация Y: социализация N: коммуникация N: инкультурация Вопрос: 3 Процесс взаимопроникновения и взаимовлияния культур, когда в ходе прямого контакта усваиваются технология, образцы поведения, ценности чужого искусства, которые, в свою очередь, изменяются и приспосабливаются к новым требованиям, – это: N: инкультурация N: диффузия Y: аккультурация N: диалог культур Вопрос: 4 Активный способ взаимодействия человека с окружением, в ходе которого человек как приспосабливается к нему, так и приспосабливает его элементы к своим нуждам; в результате чего формируется жизненная среда, характеризующаяся относительно высокой степенью устойчивости и предсказуемости, - это: N: взаимодействие N: контакт N: коммуникация Y: адаптация Вопрос: 5 По мнению М.В. Ломоносова, журналистике как особому виду творчества должен быть присущ: Y: направленный на поиск истины характер N: разнузданный характер N: характер бурлящего информационного котла N: стремление к крайнему субъективизму Вопрос: 6 Ф.Энгельс был редактором: N: Рейнской газеты N: журнала Шпигель N: журнала Новое время Y: Новой рейнской газеты Вопрос: 7 В американской социологии журналистики в	ОПК-2.1. Анализирует систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Базовый 3-5 минуты

30-е годы XX века стали особенно популярны: N: процессы изучения азбуки Морзе и способов невербальной коммуникации Y: процессы изучения эффективности рекламы в СМИ N: процессы изучения поведения политиков во время предвыборной агитации N: процессы изучения толерантности в СМИ Вопрос: 8Г.М. Маклюэн в своей работе «Понимание медиа» называл «холодными средствами массовой коммуникации» такие СМК, в которых доля включенности (участия, обратной связи) аудитории была: Y: крайне низкой N: крайне высокой N: не учитывалась N: была переоценена Вопрос: 9Представители литературной критики I пол. XX века (Эллиот, Ливис и др.) считали, что главной научной проблемой в изучении массового общества является: Y: утрата высокого качества литературы и искусства в целом N: манипуляция индивидами со стороны власти, правящих элит N: особенности человеческого поведения в толпе N: естественное стремление человека быть частью большого сообщества Вопрос: 10Как в социологии журналистики называют совокупность людей – адресатов журналистских произведений, возникающая на основе общности их информационных интересов и потребностей, а также форм, способов и каналов их удовлетворения: N: публика Y: аудитория N: масса N: толпа Вопрос: 11Какое явление охватывает институты и технику, с помощью которых специализированные группы используют технологические средства для распространения информации на большие гетерогенные группы: N: интернет коммуникация N: межличностная коммуникация N: групповая коммуникация Y: массовая коммуникация Вопрос: 12К характеристикам толпы как социальной общности не относится: N: отсутствие индивидуальности человека в толпе N: слабость межиндивидуальных связей N: стохастический характер Y: наличие целевых установок и интересов		
--	--	--

Вопрос: 13Предметом социологии журналистики является: N: потенциальная возможность массовой коммуникации Y: социальные аспекты функционирования СМИ N: факты журналистского расследования N: информация Вопрос: 14Отношение индивидов к тому или иному явлению, объекту или ситуации, имеющим место как в данной стране, так и в международной жизни, называют: N: рейтингом N: традицией N: социальным интересом Y: общественным мнением Вопрос: 15В социологии журналистики личное ощущение пространства индивидом принято называть: Y: социальным пространством N: физическим пространством N: космическим пространством N: индивидуальным пространством Вопрос: 16В основе либертарианской теории прессы (по Ф. Сибергу, У. Шрамму, Т. Питерсону) лежат: N: философия абсолютной власти монарха, его правительства или обоих N: работы Хокинга, комиссии по свободе прессы и практикующие журналисты, этические кодексы средств массовой информации Y: работы Мильтона, Локка, Милля и общая теория рационализма и естественных прав N: марксистско-ленинско-сталинское учение с примесью Гегеля и русской философии XIX в. Вопрос: 17Совокупность всех возможных объектов, подлежащих изучению в рамках программы исследования, называется: Y: генеральная совокупность N: выборочная совокупность N: простая совокупность N: системная совокупность Вопрос: 18Один из социологических методов, который предполагает групповое интервью с определённым количеством людей, проводимое по определённому сценарию и на определённую тему, в социологии журналистики называется: N: метод Вебера Y: метод фокус-групп N: метод Шпенглера N: метод верификации Вопрос: 19 Анализ языка разных типов изданий с учетом их концептуальной позиции в конкретных исторических условиях, а также социальных, психологических,		
---	--	--

языковых особенностей аудитории, на которую они ориентированы, называется: Y: лингвокультурологическим анализом N: социолингвистическим анализом N: журналистским анализом N: литературоведческим анализом Вопрос: 20 Какая из перечисленных ниже функций не относится к ведущим функциям СМИ, по мнению Г.Лассуэлла: N: контроль за окружающей действительностью Y: развлекательная N: установления координации в отношении разных частей общества к окружающей действительности N: передача социального наследия Вопрос: 21 Абстрактное пространство, конструированное ансамблем подпространств или полей (экономическое поле, интеллектуальное поле и др.), которые обязаны своей структурой неравному распределению видов капитала, называется: N: социальное время N: социальная среда Y: социальное пространство N: социальная реальность Вопрос: 22 По мнению И.Д. Фомичевой, функция СМИ, заключающаяся в создании возможностей для гражданского участия в социальных процессах, называется: N: коммуникативной N: информационной N: психического регулирования Y: форума Вопрос: 23 По мнению П.Бурдье, большим социальным капиталом обладает такой феномен как: N: опытность N: скромность Y: известность N: ученость Вопрос: 24 В социологии журналистики своей целью выявить слабоизученные объекты или их характеристики, ставит: N: описательное исследование N: аналитическое исследование N: коммерческое (прикладное) исследование Y: разведывательное исследование Вопрос: 25 При опросе с открытыми вопросами варианты ответов: N: предлагаются готовыми N: не предлагаются		
--	--	--

У: испытуемый должен дать свой вариант ответа Вопрос: 26 Программа социологического исследования – это: N: план проведения исследования, включая бюджет финансирования проводимых процедур, и календарный график производства необходимых работ У: модель исследования, где все части ее должны быть взаимосвязаны и точно продуманы в зависимости от цели исследования, которая, в свою очередь диктуется заказом на исследование, и предваряется серьезным изучением основной проблемы N: принципиальная схема достижения поставленной перед исследователями цели, включая комплекс исследовательских задач и способы их решения Вопрос: 27 В социологии журналистики аудитория не может быть: N: целевой N: потенциальной N: реальной У: скрытой Вопрос: 28 Правильность социологического измерения гарантируется: N: личностью исследователя У: отсутствием систематических и случайных ошибок N: средствами измерения N: выбранными методами измерения Вопрос: 29 Какой из нижеперечисленных методов социологии журналистики реализуется по отношению к каждому респонденту отдельно: У: глубокое интервью N: фокус-интервью N: статусное интервью N: наблюдение Вопрос: 30 К основным эмпирическим методам в социологии журналистики не относят: N: опрос N: контент-анализ N: наблюдение У: моделирование		
Теоретические вопросы для устного/письменного опроса, собеседования 1. Определение и содержание социологии массовой коммуникации как науки. 2. Роль социальной коммуникации в современном мире. 3. Исторический и функциональный подходы к изучению массовой информации и коммуникации. 4. Роль лидера и его функции в регулировании отношений в сообществе. 5. Этапы развития отечественной социологии.	ОПК-2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и	Повышенный 10-15 минут

6. Система: понятие, виды, компоненты. 7. Сущность системного подхода. 8. Прагматическая и идеологическая причины развития социологии СМК. 9. Обогащение социологических исследований данными смежных наук. 10. Способы передачи информации. 11. Межличностная коммуникация и ее характерные свойства. 12. Характеристики массовой аудитории как приемника информации. 13. Подходы к определению и изучению общественного мнения. 14. Признаки общественного мнения. 15. Факторы, формирующие общественное мнение. 16. Средства массовой информации и общественное мнение. 17. Методика проведения рейтингов. 18. Виды и классификация аудиторий СМК. 19. Сегментация аудитории. 20. Виды социологических исследований. 21. Опрос как базовый метод изучения аудитории. 22. Анкетирование как метод изучения аудитории. 23. Опрос в интернете. 24. Валидность опросных методик. 25. Наблюдение как способ сбора информации об аудитории, ее мнениях и предпочтениях. 26. Позиция наблюдателя. 27. Факторы, способствующие получению точных результатов с помощью метода наблюдения. 28. Анализ данных наблюдения, представление результатов. 29. Метод фокус-групп. 30. Современные технологии, используемые в фокус-группах. 31. Виды контент-анализа. 32. Количественный и качественный контент- анализ. 33. Процедура контент-анализа. 34. Единицы контент-анализа. 35. Цели и задачи контент-анализа СМИ. 36. Представление данных контент-анализа.	мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникаций 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	
Практические задания 1. Изобразите схему коммуникационного процесса. Охарактеризуйте каждый из элементов коммуникации. 2. Изобразите «цепочку Шенона» и охарактеризуйте каждый ее элемент. 3. Составьте сравнительную таблицу специфики социологического подхода к описанию социальных явлений и процессов в сравнении с историческим, экономическим, правовым, психологическим и т.п. подходами. 4. Приведите примеры из мировой практики выстраивания и регламентации отношений между властью и СМК в зависимости от формы собственности.	ОПК-2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ОПК-3.2. Учитывает достижения	Высокий 25-35 минут

5. С указанием авторов и названия социологических школ составить сравнительную таблицу особенностей коммуникационных процессов в обществе традиционного типа и особенностей массовой коммуникации в современном обществе. 6. Составьте таблицу «Виды социальных систем и их основные компоненты». 7. Составьте аналитическую записку, описывающую структурно-функциональные модели массовой коммуникации. 8. Составьте таблицу с видами коммуникации и их описанием. 9. Разработайте сценарий фокус-группы, посвященной обсуждению нового телевизионного продукта (на выбор студента). 10. Подготовьте обзор самых рейтинговых СМК (тип СМК на выбор студента). 11. Предложите проект опроса аудитории конкретного СМИ (телевидение, радио, Интернет или печатное СМК на выбор студента). 12. Разработайте рекомендации по мотивации аудитории к ответу на вопросы анкеты. 13. Приведите портрет аудитории современного СМК (на выбор студента). 14. Составьте таблицу, содержащую методы исследования аудитории, их описание, достоинства и недостатки. 15. Разработайте сценарий фокус-группы, посвященной обсуждению выхода нового СМК (на выбор студента). 16. Проведите семиологический анализ рекламных носителей, используемых в наружной рекламе и в печатных изданиях вашего города. 17. Разработайте рекомендации для модератора фокус-группы. 18. Разработайте список вопросов для глубинного интервью (тема на выбор обучающегося). 19. Разработайте план контент анализа СМИ (тип на выбор студента). 20. Выделите единицы контент-анализа и способ представления результатов контент-анализа.	отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникаций 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	
---	--	--

3.2 Перечень тем для выполнения презентации

1. Составьте презентацию из 10-15 слайдов на тему «Этапы развития средств коммуникации, связи и сбора информации».
2. Составьте презентацию из 10-15 слайдов на тему «Прагматическая и идеологическая причины развития социологии СМК».
3. Составьте презентацию из 10-15 слайдов на тему «СМК как социальная подсистема».
4. Составьте презентацию из 10-15 слайдов на тему «Виды социологических исследований».
5. Составьте презентацию из 10-15 слайдов на тему «Опросные методики и анкетирование в СМК».
6. Составьте презентацию из 10-15 слайдов на тему «Современные технологии,

используемые в фокус-группах».

7. Составьте презентацию из 10-15 слайдов на тему «Потребление информации аудиторией: факторы и барьеры».

8. Составьте презентацию из 10-15 слайдов на тему «Преимущества и недостатки контент-анализа».

3.3. Вопросы промежуточной аттестации, формирование компетенций Вопросы для подготовки к экзамену

ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-4.1

1. Анкетирование как метод исследования целевой аудитории. Виды анкет и их характеристики. Виды вопросов в анкете и принципы их чередования. Назначение открытых и закрытых вопросов в анкете.

2. Классическая парадигма коммуникации: основные положения и составляющие. Авторы парадигмы социальной коммуникации и их последователи. Основные этапы развития современных теорий массовой коммуникации и информации (с примерами).

3. Межличностная коммуникация как тип социальной коммуникации: ее характерные свойства. Специальная коммуникация и ее характерные свойства. Особенности пограничных форм коммуникации. Основные отличия межличностной и специальной коммуникации.

4. Метод фокус-групп в исследовании общественного мнения: определение и функции. Преимущества и недостатки метода фокус-групп. Форматы и инструменты, используемые в фокус-группах. Основные требования к составу фокус-группы.

5. Наблюдение как метод сбора информации об аудитории, ее мнениях и предпочтениях. Основные функции и объекты наблюдения. Преимущества и недостатки метода наблюдения в социологии. Типы наблюдения и их характеристика.

6. Общественное мнение как базовая категория социологии. Особенности и принципы взаимодействия межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения. Способы воздействия СМИ на общественное мнение и их характеристика. Роль общественного мнения в механизме функционирования демократии.

7. Определение категории «общественное мнение» в социологической науке. Методы анализа общественного мнения и их характеристика. Основные структурообразующие признаки общественного мнения. Факторы, формирующие общественное мнение.

8. Определение понятия «выборка» в опросных методиках. Функции и виды выборки. Основные требования к проведению выборки: валидность, надежность и их характеристика. Принципы публикации опросов в зависимости от выборки.

9. Определение понятия «массовое общество» в социологии массовых коммуникаций. Особенности и структура информационных потребностей массового общества. Инструменты удовлетворения информационных потребностей аудитории. Характеристика массовой аудитории как получателя информации.

10. Опрос как базовый метод изучения целевой аудитории и его характеристики. Виды опросов и их классификация. Функции опроса. Преимущества и недостатки опросных методик, используемых для исследований в области рекламы и PR.

11. Основные инструменты распространения и сбора анкет при анкетировании целевой аудитории. Особенности обработки анкетных данных. Контрольные вопросы и их функции в анкете. Способы мотивации целевой аудитории к ответу на вопросы анкеты.

12. Основные научные подходы к изучению массовой информации и коммуникации. Исторический и функциональный подходы к изучению массовой информации и коммуникации. Их принципиальные различия. Этапы развития средств коммуникации, связи и сбора информации и их характеристика.

13. Особенности и функции системного подхода в социологическом изучении коммуникативного процесса. Определение понятия «система» в социологии массовых коммуникаций. Основные признаки системы и виды коммуникативных систем. Анализ, синтез и

сравнение как основные методы системного подхода.

14. Особенности социологии массовой коммуникации в ряду других специальных социологических теорий. Функции и значение социологии массовой коммуникации в медиа-отрасли. Объект и предмет социологии массовой коммуникации. Категориальный аппарат социологии массовой коммуникации и его содержание.

15. Понятие «аудитория» в социологии массовых коммуникаций. Социологические исследования аудитории и принципы ее сегментации. Виды и классификация аудиторий. Целевая аудитория, контактная аудитория и их отличия.

16. Проблема точности метода наблюдения в социологии массовых коммуникаций. Факторы, способствующие получению точных результатов с помощью метода наблюдения и их характеристика. Особенности процедуры анализа данных, полученных с помощью метода наблюдения. Формы представления отчета по результатам наблюдения.

17. Роль коммуникации в механизме обеспечения жизнедеятельности современного общества. Функции информационного обмена в массовой коммуникации. Признаки усложнения информационного обмена в массовой коммуникации и их характеристика. Структурная информация и ее функции в процессе управления социумом.

18. Содержание категории «плюрализм мнений». Особенности «географии» общественного мнения (географического распределения общественного мнения). Мнение большинства и мнение меньшинства, и их принципиальные отличия. Основные признаки динамики общественного мнения.

19. Содержание категории «рейтинг» в социологии массовых коммуникаций. Основные функции рейтингов. Содержание и инструменты составления рейтингов. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивидом.

20. Содержание категории «сегментация» в социологии массовых коммуникаций. Основные виды сегментации целевой аудитории и их характеристика. Социально-демографические и психографические признаки сегментации. Особенности составления портрета аудитории на основе этих признаков.

21. Содержание категории «синергетика» в социологическом изучении коммуникационных процессов. Функции синергетики как метода. Особенности и характеристика программно-целевого принципа в социологическом изучении массовых коммуникационных процессов.

22. Содержание категории «социальная коммуникация». Роль социальной коммуникации в современном мире. Функции информации в жизни биологических сообществ и их характеристика. Значение генетической и внегенетической информации в процессе осуществления социальных коммуникаций

23. Содержание метода «контент-анализ» в социологии. Виды контент-анализа и их характеристика (количественный и качественный контент-анализ). Основные платформы для проведения контент-анализа. Особенности и этапы процедуры контент-анализа. Единицы контент-анализа и их характеристика.

24. Содержание социологии массовой коммуникации как науки и практической отрасли. Функции социологии массовой коммуникации. Цель и задачи изучения социологии массовых коммуникаций в области рекламы и связей с общественностью. Направления применения социологии массовых коммуникаций в области рекламы и связей с общественностью.

25. Социальные системы в коммуникативистике. Виды и основные компоненты социальных систем. Определение понятия «процессная система» и его характеристика. Основные законы развития систем в социологии массовых коммуникаций и их характеристика.

26. Теоретическая модель средств массовой коммуникации и ее характеристики. Содержание основных элементов модели СМК. Функции средств массовой коммуникации и их характеристика. Классификация средств массовой коммуникации в современном мире медиа.

27. Тест семантического дифференциала как методика выявления личностных

диспозиций при исследовании целевой аудитории. Функции теста семантического дифференциала. Инструментарий теста семантического дифференциала. Особенности интерпретации результатов теста семантического дифференциала.

28. Факторы отбора информации в деятельности информационных органов. Профессиональные факторы, факторы групп интересов и их характеристика.

Особенности взаимодействия средств массовой информации и власти. Определение понятия «четвертая власть» и его исторические корни.

29. Характеристика способов планирования и проведения опроса общественного мнения. Этапы проведения опроса. Особенности подготовки специального персонала для проведения опроса. Описание процедуры сбора и обработки данных по результатам опроса.

30. Цели и задачи наблюдателя при проведении социологического наблюдения. Позиция наблюдателя в зависимости от выбранного метода наблюдения. Фиксированное и нефиксированное наблюдение – их различия. Включенное и не включенное наблюдение – их различия.

Практические задания (№3 вопрос в билете)

ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-4.1

1. Графически изобразите схему коммуникационного процесса. Охарактеризуйте каждый из элементов коммуникации.

2. Напишите эссе на тему «Роль социальной коммуникации в современном мире». Объем – 2-3 страницы.

3. Напишите эссе на тему «Роль лидера и его функции в регулировании отношений в сообществе». Объем – 2-3 страницы.

4. Составьте сравнительную таблицу специфики социологического подхода к описанию социальных явлений и процессов в сравнении с историческим, экономическим, правовым, психологическим и т.п. подходами.

5. Напишите эссе на тему «Роль СМИ в формировании общественного мнения». Объем – 2-3 страницы.

6. Напишите эссе на тему «Социология СМИ Новой России (идеологический подход)». Объем – 2-3 страницы.

7. Проведите анализ различных средств массовой коммуникации с позиции идеологического подхода.

8. Приведите примеры наиболее успешных коммуникативных кампаний в России за последние 2 года. Определите, какие методы социологических исследований в них использовались.

9. Подготовьте отчет (аналитическую справку) по мониторингу современных тенденций мирового рынка различных СМИ.

10. Напишите эссе на тему «Функции СМИ в современном обществе». Объем – 2-3 страницы.

11. Приведите портрет аудитории современного СМИ (телевидение, радио, Интернет или печатное СМИ на выбор студента).

12. Составьте таблицу, содержащую методы исследования аудитории, их описание, достоинства и недостатки.

13. Предложите проект опроса аудитории конкретного СМИ (телевидение, радио, Интернет или печатное СМИ на выбор студента).

14. Разработайте рекомендации по мотивации аудитории к ответу на вопросы анкеты.

15. Разработайте сценарий фокус-группы, посвященной обсуждению нового телевизионного продукта (фирма на выбор студента).

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний,

умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

№ п/п	Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Экзамен ОПК-2.1 ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-4.1	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рабочую программу дисциплины, нормативную, основную и дополнительную учебную литературу. Основное в подготовке к сдаче экзамена – это повторение всего материала дисциплины. При подготовке к сдаче экзамена обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. В период подготовки к экзамену обучающийся вновь обращается к уже изученному (пройденному) учебному материалу. Подготовка обучающегося к экзамену включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах (тестах) экзамена. Экзамен проводится по вопросам (тестам), охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения.	«Отлично» - на вопросы билета даны правильные и точные ответы. Ответ отличается четкая логика и грамотность. Даны ссылки на первоисточники. Обоснована собственная позиция по отдельным проблемам социальной психологии. Ответ отличается безупречное знание базовой терминологии. Даны ответы на все дополнительные вопросы «Хорошо» - вопросы билета раскрыты достаточно полно и правильно. Достаточное знание базовой терминологии, умение раскрыть содержание терминов. В то же время, не на все дополнительные вопросы даны правильные ответы «Удовлетворительно» - ответы на вопросы билета даны в целом правильно, однако неполно. Логика ответов недостаточно хорошо выстроена. Пропущен ряд важных деталей или, напротив, в ответе затрагивались посторонние вопросы. Базовая терминология в целом усвоена. Отсутствуют ответы на дополнительные вопросы «Неудовлетворительно» - знания по предмету полностью отсутствуют. Обучающийся не может изложить ни одного вопроса, путается в базовых понятиях психологии, не в состоянии раскрыть содержание основных терминов
2.	Тестирование ОПК-2.1 ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-4.1	Полнота знаний теоретического контролируемого материала. Количество правильных ответов	«отлично» - процент правильных ответов = > 80%; «хорошо» - процент правильных ответов = > 65%; «удовлетворительно» - процент правильных ответов = > 50%; «неудовлетворительно» - процент правильных ответов < 50%.
3.	Теоретические вопросы для устного/письменного опроса, собеседования ОПК-2.1	Полнота знаний теоретического контролируемого материала	«зачтено» - если обучающийся демонстрирует знание материала по разделу, основанные на знакомстве с обязательной литературой, нормативно-правовыми актами, судебной практикой и современными

	ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-4.1		публикациями; дает логичные, аргументированные ответы на поставленные вопросы. Также оценка «зачтено» ставится, если обучающимся допущены незначительные неточности в ответах, которые он исправляет путем наводящих вопросов со стороны преподавателя. «не зачтено» - имеются существенные пробелы в знании основного материала по разделу, а также допущены принципиальные ошибки при изложении материала
4	Практическое задание ОПК-2.1 ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-4.1	- осознанность умений – степень осознания обучающимся используемых учебных действий, умений, понимание сути выполняемых действий, умений; - освоенность умений – степень затруднений, четкости, точности и быстроты исполнения учебных действий и умений; - обобщенность умений – степень переноса освоенных видов учебных действий и умений на новый учебный материал. - самостоятельность – степень выполнения учебных действий и умений самостоятельно, без посторонней помощи. - инициативность – степень выполнения/применения учебных действий и умений по собственной инициативе обучающегося, наличие сформированной потребности в их выполнении.	«зачтено» выставляется студенту, если задание носит научный, исследовательский, творческий характер, выполнено самостоятельно и своевременно, студент может его аргументировано представить и демонстрирует комплекс формируемых умений. «не зачтено» выставляется студенту, если его задание не отвечает предъявляемым требованиям, выполнено несвоевременно, студент не может его аргументировано представить.
5	Доклад по презентации ОПК-2.1 ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-4.1	- полнота знаний теоретического контролируемого материала; - умение соблюдать заданную форму изложения; - умение создавать содержательную презентацию выполненной работы; - способность находить, анализировать и обрабатывать информацию в области профессиональной деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий.	- оценка «отлично». Выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения. Легко воспринимается аудиторией. При ответе на вопросы выступающий (докладчик) демонстрирует глубину владения представленным материалом. Ответы формулируются аргументированно, обосновывается собственная позиция в проблемных ситуациях. - оценка «хорошо». Выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения. Но обоснование сделанных выводов не достаточно аргументировано. Неполно раскрыто содержание проблемы. - оценка «удовлетворительно». Выступающий (докладчик) передает содержание проблемы, но не демонстрирует умение выделять главное, существенное. Выступление воспринимается аудиторией сложно.

			- оценка «неудовлетворительно». Выступление (доклад) краткий, неглубокий, поверхностный.
--	--	--	--

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося. Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Исключение составляет устный опрос, который может проводиться в начале или конце лекции в течение 15-20 мин. с целью закрепления знаний терминологии по дисциплине. При оценке компетенций принимается во внимание формирование профессионального мировоззрения, определенного уровня включённости в занятия, рефлексивные навыки, владение изучаемым материалом.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки.
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки.

Текущая аттестация обучающихся. Текущая аттестация обучающихся по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами БИУБ и является обязательной.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения обучающихся и осуществляется преподавателем дисциплины.

Объектами оценивания выступают:

- 1) учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- 2) степень усвоения теоретических знаний в качестве «ключей анализа»;
- 3) уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- 4) результаты самостоятельной работы (изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных обучающимся работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины.

Кроме того, оценивание обучающегося проводится на текущем контроле по дисциплине. Оценивание обучающегося на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия обучающегося (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание обучающегося носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период с выставлением оценок в ведомости.

Промежуточная аттестация обучающихся. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с локальными нормативными актами БИУБ и является обязательной.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в виде экзамена в период зачётно-экзаменационной сессии в соответствии с графиком проведения.

Обучающиеся допускаются к экзамену в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Оценка знаний обучающегося на экзамене определяется его учебными достижениями и результатами текущего контроля знаний и выполнением им заданий.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой дисциплины.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний студентов; формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию, учебную и специальную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию исследовательских умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; работа со словарем, справочником; поиск необходимой информации в сети Интернет; конспектирование источников; реферирование источников; составление аннотаций к прочитанным литературным источникам; составление рецензий и отзывов на прочитанный материал; составление обзора публикаций по теме; составление и разработка терминологического словаря; составление хронологической таблицы; составление библиографии (библиографической картотеки); подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к тестированию, зачету, экзамену); выполнение домашних контрольных работ; самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тесты; выполнение творческих заданий). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов, лабораторий и зала кодификации; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; аудитории (классы) для консультационной деятельности; учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки

	выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить индивидуальные и групповые консультации. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Контроль самостоятельной работы предусматривает: • соотнесение содержания контроля с целями обучения; объективность контроля; • валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить); • дифференциацию контрольно-измерительных материалов. Формы контроля самостоятельной работы: • просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; • организация самопроверки, • взаимопроверки выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии; • проведение письменного опроса; • проведение устного опроса; • организация и проведение индивидуального собеседования; организация и проведение собеседования с группой; • защита отчетов о проделанной работе.
Опрос	Опрос - это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выявление объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Проблематика, выносимая на опрос определена в заданиях для самостоятельной работы обучающегося, а также может определяться преподавателем, ведущим семинарские занятия. Во время проведения опроса обучающийся должен уметь обсудить с преподавателем соответствующую проблематику на уровне диалога.
Коллоквиум	Коллоквиум (от латинского colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий, беседа преподавателя с учащимися на определенную тему из учебной программы. Цель проведения коллоквиума состоит в выяснении уровня знаний, полученных учащимися в результате прослушивания лекций, посещения семинаров, а также в результате самостоятельного изучения материала. В рамках поставленной цели решаются следующие задачи: • выяснение качества и степени понимания учащимися лекционного материала; • развитие и закрепление навыков выражения учащимися своих мыслей; • расширение вариантов самостоятельной целенаправленной подготовки учащихся; • развитие навыков обобщения различных литературных источников; • предоставление возможности учащимся сопоставлять разные точки зрения по рассматриваемому вопросу. В результате проведения коллоквиума преподаватель должен иметь представление: • качестве лекционного материала; • сильных и слабых сторонах своей методики чтения лекций; • сильных и слабых сторонах своей методики проведения семинарских занятий; • об уровне самостоятельной работы учащихся; • об умении обучающихся вести дискуссию и доказывать свою точку зрения; • степени эрудированности учащихся; • степени индивидуального освоения материала конкретными

	обучающимися. В результате проведения коллоквиума обучающийся должен иметь представление: • об уровне своих знаний по рассматриваемым вопросам в соответствии с требованиями преподавателя и относительно других студентов группы; • недостатках самостоятельной проработки материала; • своем умении излагать материал; • своем умении вести дискуссию и доказывать свою точку зрения. В зависимости от степени подготовки группы можно использовать разные подходы к проведению коллоквиума. В случае, если большинство группы с трудом воспринимает содержание лекций и на практических занятиях демонстрирует недостаточную способность активно оперировать со смысловыми единицами и терминологией курса, то коллоквиум можно разделить на две части. Сначала преподаватель излагает базовые понятия, содержащиеся в программе. Это должно занять не более четверти занятия. Остальные три четверти необходимо посвятить дискуссии, в ходе которой обучающиеся должны убедиться и, главное, убедить друг друга в обоснованности и доказательности полученного видения вопроса и его соответствия реальной практике. Если же преподаватель имеет дело с более подготовленной, самостоятельно думающей и активно усваивающей смысловые единицы и терминологию курса аудиторией, то коллоквиум необходимо провести так, чтобы сами обучающиеся сформулировали изложенные в программе понятия, высказали несовпадающие точки зрения и привели практические примеры. За преподавателем остается роль модератора (ведущего дискуссии), который в конце «лишь» суммирует совместно полученные результаты.
Тестирование	Контроль в виде тестов может использоваться после изучения каждой темы курса. Итоговое тестирование можно проводить в форме: • компьютерного тестирования, т.е. компьютер произвольно выбирает вопросы из базы данных по степени сложности; • письменных ответов, т.е. преподаватель задает вопрос и дает несколько вариантов ответа, а обучающийся на отдельном листе записывает номера вопросов и номера соответствующих ответов. Для достижения большей достоверности результатов тестирования следует строить текст так, чтобы у обучающихся было не более 40 – 50 секунд для ответа на один вопрос. Итоговый тест должен включать не менее 60 вопросов по всему курсу. Значит, итоговое тестирование займет целое занятие.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче экзамену – это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать экзамен. При подготовке обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка включает в себя три этапа: • самостоятельная работа в течение семестра; • непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса; • подготовка к ответу на задания, содержащиеся в билетах (тестах) экзамена. Для успешной сдачи экзамена обучающиеся должны принимать во внимание, что: • все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; • указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы студентом; • семинарские занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, успешной сдаче экзамена; • готовиться к экзамену необходимо начинать с первой лекции и первого

семинара.

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

Фонд оценочных средств
по дисциплине «Социология массовых коммуникаций в коммерческой сфере»

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Брянск

2025

ОТВЕТЫ К ТЕСТУ:

Ключи к заданиям для проведения текущего контроля обучающихся

Тест

Номер задания	Правильный ответ
1.	А
2.	В
3.	Б
4.	В
5.	В
6.	Б
7.	Б
8.	В
9.	В
10.	А
11.	Б

Составитель: Матвеева Инна Петровна, канд. социол. наук, доцент кафедры
организационной психологии и психологии труда