

4. Характеристика оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля успеваемости обучающихся и используются устные опросы и контрольная работа.

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижения компетенций, обладает большими возможностями воспитательного воздействия педагогического работника.

Устный опрос проводится во время занятий семинарского типа. Устный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы устного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Устные опросы организованы так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Перечень вопросов для устного опроса доводится до сведения студентов.

Контрольная работа

Контрольная работа дает возможность:

- сформировать для всех обучающихся одинаковые условия,
- объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя,
- проверить обоснованность оценки.

Цель контрольной работы – закрепление основных положений изучаемой дисциплины и умение использовать их на практике при решении профессиональных задач.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

- дать ответы на теоретические вопросы по курсу;
- выполнить ситуационные задания.

Контрольная работа включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Ситуационное задание

Ситуационное задание позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций.

Выполнение ситуационного задания состоит в определении способа деятельности в той или иной ситуации и(или) выполнения этой деятельности.

Для обеспечения равноценности заданий рекомендуется малое количество вариантов ситуационных заданий для промежуточной аттестации обучающихся, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным. Для проведения текущего контроля успеваемости рекомендуется один вариант ситуационных заданий, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным.

Ситуационное задание представляет собой описание конкретной ситуации, типичной для профессионального вида деятельности и(или) области знаний, соответствующих образовательной программе и осваиваемой дисциплине. Содержание ситуационного задания может включать описание условий деятельности и желаемого результата или конкретного задания (задачи). Ситуационное задание может содержать избыточную информацию или характеризоваться недостатком информации, что необходимо для того, чтобы подготовить обучающегося для успешной жизни в информационном обществе.

Письменный опрос

Письменный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций, освоение содержания дисциплины, умение логически построить ответ, владение письменной речью.

Письменный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы письменного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Перечень вопросов для письменного опроса доводится до сведения студентов.

Письменный опрос применяется как часть контрольной работы для текущего контроля успеваемости обучающихся.

5. Характеристика оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Дифференцированный зачет

Дифференцированный зачет (или зачет с оценкой) – это форма промежуточной аттестации обучающихся, которая проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем). Задания для проведения дифференцированного зачета выполняются обучающимся самостоятельно. Дифференцированный зачет проводится по билетам, включающим задания для проведения зачета.

Задание для проведения дифференцированного зачета включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Теоретические вопросы для дифференцированного зачета избираются на основе вопросов для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся), определенных в настоящей ОПОП.

За выполнение заданий дифференцированного зачета выставляется оценка по пятибалльной системе оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

6. Критерии оценивания (оценки)

Критерии оценивания устного и письменного опросов

Оценка		Критерии оценивания (оценки)
Устный опрос	Письменный опрос	
Зачтено	Отлично (числовое обозначение оценки - «5»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и полно и аргументированно отвечает по содержанию вопросов; обнаруживается понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.
	Хорошо (числовое обозначение оценки - «4»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
	Удовлетворительно (числовое обозначение оценки - «3»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается знание и понимание основных положений вопросов, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
Не зачтено	Неудовлетворительно (числовое обозначение оценки - «2»)	Оценка ставится, если обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается незнание ответов на вопросы, обучающийся допускает ошибки в формулировке определений и(или) правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания (оценки) ситуационного задания

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания (оценки)
Отлично	5	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Объяснение хода его выполнения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с правильным и свободным владением профессиональной терминологией; ответ(ы) на вопрос(ы) задания верный(ые), четкий(ие), непротиворечивые.
Хорошо	4	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Допускаются незначительные неточности. Объяснение хода его выполнения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Допускаются единичные ошибки в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания верные, непротиворечивые, но недостаточно четкие.
Удовлетворительно	3	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно правильный(ые). Объяснение хода его выполнения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в

		использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания недостаточно чёткие, с ошибками в деталях, противоречивые.
Неудовлетворительно	2	Обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно неправильные. Объяснение хода её решения дано неполное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования (в т.ч. лекционным материалом); ответы на дополнительные вопросы неправильные (отсутствуют).

Критерии оценивания (оценки) контрольной работы

За выполнение контрольной работы выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «Отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Критерии оценивания (оценки) дифференцированного зачета

За выполнение заданий дифференцированного зачета оценка выставляется по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). За выполнение заданий дифференцированного зачета выставляется средняя оценка (среднее арифметическое с округлением в пользу студента) за выполнение трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

7. Содержание оценочных средств

Задания для текущего контроля успеваемости

Вопросы для устных опросов

Психология массовой коммуникации: научное направление и академическая дисциплина.
 Коммуникация и общение.
 Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.
 Особенности сетевых коммуникаций.
 Психологические аспекты интернет-зависимости.
 Бихевиоризм: поведенческие концепции массовой коммуникации.
 Когнитивизм в концепциях массовой коммуникации.
 Гештальтпсихология в массовой коммуникации.
 Психоанализ и неопрейдизм.
 Гуманистическая психология и теории самоактуализации.
 Отечественная психология как основа формирования теории массовой коммуникации.
 Аксиология в контексте новых гуманитарных теорий массовой коммуникации.
 СМИ как транслятор ценностей и смыслов.
 Творчество как предмет изучения в социально-гуманитарном знании.
 Психология творчества журналиста, создателя рекламы и работника службы по связям с общественностью.
 Социальная фасилитация, ингибция и огруппление мышления в контексте массовой коммуникации.
 Средства массовой коммуникации и массовое поведение (толпа и паника).
 мода как социально-психологическое явление.
 Реклама как средство массовой коммуникации.
 Общественное мнение: понятие, структура, функции.
 PR – общественные связи или связи с общественностью
 Понятие и типы аудитории.
 Типология аудитории.
 Мотивы и установки потребителя информации.
 Методы психологии в изучении аудитории.
 Методы убеждения и внушения.
 Внушение в массовой коммуникации.
 Установка и стереотип в массовой коммуникации.
 Психология слухов и предрассудков.
 Мифология в политической коммуникации.

Механизмы воздействия и восприятия информации.
Основные эффекты массовой коммуникации.
Текстовые факторы восприятия медийных текстов.
Теленасилие: исследовательские подходы к современной медийной практике.
Психологические последствия демонстрации сцен насилия.
Манипуляция в СМИ и ее особенности на уровне психических и психологических реакций.
Техника конструирования имиджа и его воздействие на аудиторию.
Информационная безопасность как составляющая национальной безопасности государства.
Негативная трансформация СМИ и психологическая защита.

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

- Чем отличаются массовая и межличностная коммуникации?
Какие вам известны модели коммуникации?
Каковы формы коммуникативного действия?
Что представляет собой информационно-коммуникативная функция?
Что такое регулятивно-управляющая функция?
Как вы понимаете «двухступенчатый поток коммуникации»?
Назовите определение понятиям «кодирование», «декодирование», «денотация», «канал коммуникации», «символ».
Назовите основные функции коммуникаций.
Расскажите об эмоционально-коммуникативной функции.
Какие виды коммуникации вам известны?
Назовите основные структурные компоненты информационно-коммуникационного процесса.
Раскройте понятие «медиапсихология».
В чем заключается идея вирусного маркетинга? Какие достоинства и недостатки есть у этой технологии продвижения контента?
Опишите основные принципы организации информации в социальных сетях.
Назовите определения интернет-сервисов и интернет-технологий.
Что такое интернет-аддикция?
Назовите причины интернет-зависимости.
Назовите типы интернет-зависимых.
Каковы пути преодоления интернет-зависимости.
Оцените уровень исследований интернет-зависимости в России.
Назовите основные научные концепции, раскрывающие психологические закономерности функционирования СМИ.
В чем заключается аксиологическая роль СМИ?
Каковы особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации?
Соотнесите понятия «личность», «восприятие», «информация».
Каковы компоненты мотивационной структуры личности?
Как вы понимаете связанность таких понятий, как «сознание», «подсознание», «бессознательно»?
Назовите основные психологические направления в изучении массовых коммуникационных процессов.
Какие методы психологии применяются в исследовании современной аудитории?
Раскройте понятие «когнитивный диссонанс».
Расскажите о достижениях теории самоактуализации.
Каковы особенности психологии творчества с позиции массовой коммуникации?
Какова роль творческих способностей и творческого мышления в социализации личности?
Каковы резервы творческих возможностей?
Как можно выявить творческий потенциал журналиста?
Как можно активизировать творческий потенциал журналиста?
Какие элементы включаются в понятие «творчество»?
Как изменилось журналистское творчество в условиях рыночной конкуренции?
Какими факторами обеспечивается успешность журналистского творчества?
Как соотносятся понятия «профессионализм» и «конкурентоспособность»?
В чем специфика творчества и креативности в сфере рекламы?
Что представляет собой коммуникативная личность?
Какие функции PR способствуют реализации творческого потенциала специалиста по связям с общественностью?
Приведите примеры наиболее творческих, с вашей точки зрения, теле- и радиопередач.
Приведите примеры известных вам креативных PR-кампаний.
Какие рекламные передачи и публикации вы считаете самыми креативными и почему?
Какие массовидные явления вы знаете?
Что такое толпа?
Назовите определение понятия «фасилитация».
Что такое паника и в чем заключаются причины ее возникновения?
Как можно предотвратить панику?

Что такое мода?

Как связаны развитие моды и массовая коммуникация?

Какие механизмы моды вы знаете?

Какие классификации массовидных явлений вам знакомы?

Назовите основные виды толп.

Объясните, что такое «превращаемость» толпы.

Проследите, как реализуются механизмы моды в современных гляцевых журналах.

Объясните, какие психологические способы воздействия на аудиторию распространены в современных телевизионных программах, посвященных моде.

Определите положительную и негативную роль рекламы в массовой коммуникации.

Что представляет собой общественное сознание? Какова его структура?

Назовите определение интегрированной маркетинговой коммуникации. Что они представляют собой структурно?

Каковы функции общественного мнения?

Назовите фоновые факторы воздействия на общественное мнение.

Какие исследовательские центры за рубежом, изучающие общественное мнение, вам известны?

Назовите определение понятия "общественное сознание".

Что такое идеология?

Какие факторы влияют на выбор канала взаимодействия с целевыми группами?

Для каких целей применяются психологические исследования в связях с общественностью?

Какие основные этапы включает социологическое исследование аудитории?

Какие вы знаете виды и методы исследования аудитории?

В чем заключается специфика наблюдения как метода исследования?

Опишите процедуру проведения фокус-группы.

Каким образом данные готовятся к обработке?

Какие вы знаете статистические методы анализа данных?

Какие существуют компьютерные программы обработки данных?

Что такое фокус-группа?

Назовите основные процедуры медиаисследований.

В чем достоинства и недостатки измерения телеаудитории с помощью пиплметров?

Какова роль массмедиа в управлении массовым сознанием?

Каковы психологические методы побуждения людей к действию?

Является ли сообщение более убедительным, если оно взывает к разуму аудитории, призвано найти у нее эмоциональный отклик?

Влияет ли сообщение больше, если оно привязано к яркому личному опыту или если оно подкрепляется статистическим материалом?

В чем различие убеждения и внушения?

Приведите примеры печатных материалов, телевизионных рекламных роликов или материалов сети Интернет, использующих для воздействия на получателя механизмы внушения, подражания и заражения.

Попытайтесь сформулировать и подтвердить примерами собственную позицию по поводу возможностей и ограничений использования данных механизмов воздействия на аудиторию в рекламе и в связях с общественностью.

Какова психологическая природа слухов?

Какую функцию в массовой коммуникации выполняют мифы?

Какое значение имеет установка в воздействии на массовую аудиторию?

Какую роль в массовой коммуникации имеют стереотипы?

Каковы механизмы воздействия на установки аудитории?

Назовите определение понятия «стереотип».

Назовите психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы.

Назовите основные виды стереотипов и установок в рекламной деятельности.

Объясните природу политических мифов.

Назовите основные психологические механизмы восприятия.

Назовите определение понятия «внимание» в массовой коммуникации.

Назовите способы повышения внимания аудитории.

Какие эффекты восприятия вам известны? Приведите примеры.

Какие эффекты можно отнести к непреднамеренным?

Назовите способы востановления идентификации.

Опишите механизм интернализации в массовой коммуникации.

Назовите основные текстовые факторы восприятия.

Каковы принципы построения новостного блока на телевидении?

Какие психологические аспекты нужно учитывать при создании аналитического журналистского произведения?

Какие исследовательские подходы к проблематике теленасилия вам известны?

Какие законодательные акты приняты в России для защиты детей от интернет-воздействий?

Какие факторы усиливают восприимчивость ребенка к медианасилию?

В чем привлекательность для детской аудитории сцен теленасилия?

Назовите основные механизмы преодоления последствий теленасилия.

Назовите способы преодоления теленасилия, которые вы считаете наиболее эффективными.

Перечислите цепочку привлекательности медианасилия для аудитории в процессе исследования Дж. Голдстайн.

Назовите определение понятия «информационно-психологическая агрессия».

Какие уровни выделяют в организации информационно-психологической защищенности сознания?

Какие приемы манипуляции сознанием аудитории вам известны?

Охарактеризуйте манипуляционное воздействие.

В чем опасность манипуляционного воздействия на аудиторию?

Назовите определение понятия "информационно-психологическая безопасность".

Расскажите про подходы создания имиджа.

Варианты заданий для контрольной работы

Варианты заданий для контрольной работы распределяются между обучающимися педагогическим работником.

Варианты заданий для контрольной работы

ВАРИАНТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Определите на какую аудиторию рассчитан данный текст. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Обоснуйте свой ответ, подкрепив его теоретическими положениями дисциплины.

В газете «Континент Сибирь» в статье «Каждый второй – «ипотечник»» опубликована информация о том, что на вторичном рынке жилья каждый второй-третий покупатель привлекает деньги по ипотечным схемам. Развитие ипотеки «подгоняет» рост цен на недвижимость. В свою очередь повышение цен приводит к тому, что все меньшее число покупателей могут купить квартиру без кредита.

Ситуационное задание № 2

Прочитайте представленный текст и проанализируйте какие психологические послы на аудиторию несет представленная информация. Решите профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

На телевизионных каналах нередко присутствует реклама, с одной стороны, сладких пищевых продуктов – шоколада, мороженого, йогуртов и т.д., с другой – реклама «моделей», демонстрирующих вместе с одеждой свою стройную фигуру.

Письменный опрос

Вопрос 1	Каковы психологические методы побуждения людей к действию?
Вопрос 2	Каковы особенности психологии творчества с позиции массовой коммуникации?
Вопрос 3	Назовите способы преодоления теленасилия, которые вы считаете наиболее эффективными.
Вопрос 4	Что такое паника и в чем заключаются причины ее возникновения?
Вопрос 5	Назовите основные функции коммуникаций.

ВАРИАНТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Определите на какую аудиторию рассчитан данный текст. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Обоснуйте свой ответ, подкрепив его теоретическими положениями дисциплины.

В газете «Континент Сибирь» в статье «Каждый второй – «ипотечник»» опубликована информация о том, что на вторичном рынке жилья каждый второй-третий покупатель привлекает деньги по ипотечным схемам. Развитие ипотеки «подгоняет» рост цен на недвижимость. В свою очередь повышение цен приводит к тому, что все меньшее число покупателей могут купить квартиру без кредита.

Ситуационное задание № 2

Прочитайте представленный текст и проанализируйте какие психологические послы на аудиторию несет представленная информация. Решите профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

На телевизионных каналах нередко присутствует реклама, с одной стороны, сладких пищевых продуктов – шоколада, мороженого, йогуртов и т.д., с другой – реклама «моделей», демонстрирующих вместе с одеждой свою стройную фигуру.

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие эффекты восприятия вам известны? Приведите примеры.
Вопрос 2	Опишите механизм интернализации в массовой коммуникации.
Вопрос 3	Каковы резервы творческих возможностей?
Вопрос 4	Назовите определение понятия «информационно-психологическая агрессия».
Вопрос 5	Как соотносятся понятия «профессионализм» и «конкурентоспособность»?

ВАРИАНТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Определите на какую аудиторию рассчитан данный текст. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Обоснуйте свой ответ, подкрепив его теоретическими положениями дисциплины.

В газете «Континент Сибирь» в статье «Каждый второй – «ипотечник»» опубликована информация о том, что на вторичном рынке жилья каждый второй-третий покупатель привлекает деньги по ипотечным схемам. Развитие ипотеки «подгоняет» рост цен на недвижимость. В свою очередь повышение цен приводит к тому, что все меньшее число покупателей могут купить квартиру без кредита.

Ситуационное задание № 2

Прочитайте представленный текст и проанализируйте какие психологические послы на аудиторию несет представленная информация. Решите профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

На телевизионных каналах нередко присутствует реклама, с одной стороны, сладких пищевых продуктов – шоколада, мороженого, йогуртов и т.д., с другой – реклама «моделей», демонстрирующих вместе с одеждой свою стройную фигуру.

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие законодательные акты приняты в России для защиты детей от интернет-воздействий?
Вопрос 2	Определите положительную и негативную роль рекламы в массовой коммуникации.
Вопрос 3	Как изменилось журналистское творчество в условиях рыночной конкуренции?
Вопрос 4	Какова психологическая природа слухов?
Вопрос 5	Каковы формы коммуникативного действия?

ВАРИАНТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Определите на какую аудиторию рассчитан данный текст. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Обоснуйте свой ответ, подкрепив его теоретическими положениями дисциплины.

В газете «Континент Сибирь» в статье «Каждый второй – «ипотечник»» опубликована информация о том, что на вторичном рынке жилья каждый второй-третий покупатель привлекает деньги по ипотечным схемам. Развитие ипотеки «подгоняет» рост цен на недвижимость. В свою очередь повышение цен приводит к тому, что все меньшее число покупателей могут купить квартиру без кредита.

Ситуационное задание № 2

Прочитайте представленный текст и проанализируйте какие психологические послы на аудиторию несет представленная информация. Решите профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

На телевизионных каналах нередко присутствует реклама, с одной стороны, сладких пищевых продуктов – шоколада, мороженого, йогуртов и т.д., с другой – реклама «моделей», демонстрирующих вместе с одеждой свою стройную фигуру.

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие существуют компьютерные программы обработки данных?
Вопрос 2	Оцените уровень исследований интернет-зависимости в России.
Вопрос 3	Какие факторы усиливают восприимчивость ребенка к медианасилию?
Вопрос 4	Что представляет собой информационно-коммуникативная функция?
Вопрос 5	Назовите основные текстовые факторы восприятия.

ВАРИАНТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Определите на какую аудиторию рассчитан данный текст. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Обоснуйте свой ответ, подкрепив его теоретическими положениями дисциплины.

В газете «Континент Сибирь» в статье «Каждый второй – «ипотечник»» опубликована информация о том, что на вторичном рынке жилья каждый второй-третий покупатель привлекает деньги по ипотечным схемам. Развитие ипотеки «подгоняет» рост цен на недвижимость. В свою очередь повышение цен приводит к тому, что все меньшее число покупателей могут купить квартиру без кредита.

Ситуационное задание № 2

Прочитайте представленный текст и проанализируйте какие психологические послы на аудиторию несет представленная информация. Решите профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

На телевизионных каналах нередко присутствует реклама, с одной стороны, сладких пищевых продуктов – шоколада, мороженого, йогуртов и т.д., с другой – реклама «моделей», демонстрирующих вместе с одеждой свою стройную фигуру.

Письменный опрос

Вопрос 1	Какими факторами обеспечивается успешность журналистского творчества?
Вопрос 2	Расскажите о достижениях теории самоактуализации.
Вопрос 3	Перечислите цепочку привлекательности медианасилия для аудитории в процессе исследования Дж. Голдстейн.
Вопрос 4	Какие элементы включаются в понятие «творчество»?
Вопрос 5	Проследите, как реализуются механизмы моды в современных глянцевах журналах.

Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся)

Чем отличаются массовая и межличностная коммуникации?
Какие вам известны модели коммуникации?
Каковы формы коммуникативного действия?
Что представляет собой информационно-коммуникативная функция?
Что такое регулятивно-управляющая функция?
Как вы понимаете «двухступенчатый поток коммуникации»?
Назовите определение понятиям «кодирование», «декодирование», «денотация», «канал коммуникации», «символ».
Назовите основные функции коммуникаций.
Расскажите об эмоционально-коммуникативной функции.
Какие виды коммуникации вам известны?
Назовите основные структурные компоненты информационно-коммуникационного процесса.
Раскройте понятие «медиапсихология».
В чем заключается идея вирусного маркетинга? Какие достоинства и недостатки есть у этой технологии продвижения контента?
Опишите основные принципы организации информации в социальных сетях.
Назовите определения интернет-сервисов и интернет-технологий.
Что такое интернет-аддикция?
Назовите причины интернет-зависимости.
Назовите типы интернет-зависимых.
Каковы пути преодоления интернет-зависимости.
Оцените уровень исследований интернет-зависимости в России.
Назовите основные научные концепции, раскрывающие психологические закономерности функционирования СМИ.
В чем заключается аксиологическая роль СМИ?
Каковы особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации?
Соотнесите понятия «личность», «восприятие», «информация».
Каковы компоненты мотивационной структуры личности?
Как вы понимаете связанность таких понятий, как «сознание», «подсознание», «бессознательно»?
Назовите основные психологические направления в изучении массовых коммуникационных процессов.
Какие методы психологии применяются в исследовании современной аудитории?
Раскройте понятие «когнитивный диссонанс».
Расскажите о достижениях теории самоактуализации.
Каковы особенности психологии творчества с позиции массовой коммуникации?
Какова роль творческих способностей и творческого мышления в социализации личности?
Каковы резервы творческих возможностей?
Как можно выявить творческий потенциал журналиста?
Как можно активизировать творческий потенциал журналиста?
Какие элементы включаются в понятие «творчество»?
Как изменилось журналистское творчество в условиях рыночной конкуренции?
Какими факторами обеспечивается успешность журналистского творчества?
Как соотносятся понятия «профессионализм» и «конкурентоспособность»?
В чем специфика творчества и креативности в сфере рекламы?
Что представляет собой коммуникативная личность?
Какие функции PR способствуют реализации творческого потенциала специалиста по связям с

общественностью?
Приведите примеры наиболее творческих, с вашей точки зрения, теле- и радиопередач.
Приведите примеры известных вам креативных PR-кампаний.
Какие рекламные передачи и публикации вы считаете самыми креативными и почему?
Какие массовидные явления вы знаете?
Что такое толпа?
Назовите определение понятия «фасилитация».
Что такое паника и в чем заключаются причины ее возникновения?
Как можно предотвратить панику?
Что такое мода?
Как связаны развитие моды и массовая коммуникация?
Какие механизмы моды вы знаете?
Какие классификации массовидных явлений вам знакомы?
Назовите основные виды толп.
Объясните, что такое «превращаемость» толпы.
Проследите, как реализуются механизмы моды в современных глянцевах журналах.
Объясните, какие психологические способы воздействия на аудиторию распространены в современных телевизионных программах, посвященных моде.
Определите положительную и негативную роль рекламы в массовой коммуникации.
Что представляет собой общественное сознание? Какова его структура?
Назовите определение интегрированной маркетинговой коммуникации. Что они представляют собой структурно?
Каковы функции общественного мнения?
Назовите фоновые факторы воздействия на общественное мнение.
Какие исследовательские центры за рубежом, изучающие общественное мнение, вам известны?
Назовите определение понятия "общественное сознание".
Что такое идеология?
Какие факторы влияют на выбор канала взаимодействия с целевыми группами?
Для каких целей применяются психологические исследования в связях с общественностью?
Какие основные этапы включает социологическое исследование аудитории?
Какие вы знаете виды и методы исследования аудитории?
В чем заключается специфика наблюдения как метода исследования?
Опишите процедуру проведения фокус-группы.
Каким образом данные готовятся к обработке?
Какие вы знаете статистические методы анализа данных?
Какие существуют компьютерные программы обработки данных?
Что такое фокус-группа?
Назовите основные процедуры медиаисследований.
В чем достоинства и недостатки измерения телеаудитории с помощью пиплметров?
Какова роль массмедиа в управлении массовым сознанием?
Каковы психологические методы побуждения людей к действию?
Является ли сообщение более убедительным, если оно вызывает к разуму аудиторию, призвано найти у нее эмоциональный отклик?
Влияет ли сообщение больше, если оно привязано к яркому личному опыту или если оно подкрепляется статистическим материалом?
В чем различие убеждения и внушения?
Приведите примеры печатных материалов, телевизионных рекламных роликов или материалов сети

Интернет, использующих для воздействия на получателя механизмы внушения, подражания и заражения.
Попытайтесь сформулировать и подтвердить примерами собственную позицию по поводу возможностей и ограничений использования данных механизмов воздействия на аудиторию в рекламе и в связях с общественностью.
Какова психологическая природа слухов?
Какую функцию в массовой коммуникации выполняют мифы?
Какое значение имеет установка в воздействии на массовую аудиторию?
Какую роль в массовой коммуникации имеют стереотипы?
Каковы механизмы воздействия на установки аудитории?
Назовите определение понятия «стереотип».
Назовите психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы.
Назовите основные виды стереотипов и установок в рекламной деятельности.
Объясните природу политических мифов.
Назовите основные психологические механизмы восприятия.
Назовите определение понятия «внимание» в массовой коммуникации.
Назовите способы повышения внимания аудитории.
Какие эффекты восприятия вам известны? Приведите примеры.
Какие эффекты можно отнести к непреднамеренным?
Назовите способы восстановления идентификации.
Опишите механизм интернализации в массовой коммуникации.
Назовите основные текстовые факторы восприятия.
Каковы принципы построения новостного блока на телевидении?
Какие психологические аспекты нужно учитывать при создании аналитического журналистского произведения?
Какие исследовательские подходы к проблематике теленасилия вам известны?
Какие законодательные акты приняты в России для защиты детей от интернет-воздействий?
Какие факторы усиливают восприимчивость ребенка к медианасилию?
В чем привлекательность для детской аудитории сцен теленасилия?
Назовите основные механизмы преодоления последствий теленасилия.
Назовите способы преодоления теленасилия, которые вы считаете наиболее эффективными.
Перечислите цепочку привлекательности медианасилия для аудитории в процессе исследования Дж. Голдстейн.
Назовите определение понятия «информационно-психологическая агрессия».
Какие уровни выделяют в организации информационно-психологической защищенности сознания?
Какие приемы манипуляции сознанием аудитории вам известны?
Охарактеризуйте манипуляционное воздействие.
В чем опасность манипуляционного воздействия на аудиторию?
Назовите определение понятия «информационно-психологическая безопасность».
Расскажите про подходы создания имиджа.

Билеты для промежуточной аттестации обучающихся (Дифференцированный зачет)

БИЛЕТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Определите на какую аудиторию рассчитан данный текст. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Обоснуйте свой ответ, подкрепив его теоретическими положениями дисциплины.

Комсомольская правда в рубрике «Люди, которые нас удивили» поместила заметку: «Мэр Москвы нашел способ борьбы с пробками. Открывая очередную транспортную развязку, он сказал, что вынесет на обсуждение правительства города идею распорядка дня столичных чиновников. Теперь они будут работать с 7 утра, что сильно разгрузит улицы в утренние часы».

Ситуационное задание № 2

Прочитайте представленный текст и проанализируйте какие психологические послы на аудиторию несет представленная информация. Решите профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

В еженедельнике «Аргументы и факты» журналисткой была предложена статья о том, как представители лучших мировых модельных агентств из США, Франции, Японии и Тайваня (скауты) проводили кастинг новосибирских девушек. В нем участвовали 120 девушек разного возраста, но многим не исполнилось и 14 лет.

Письменный опрос

Вопрос 1	Раскройте понятие «когнитивный диссонанс».
Вопрос 2	Назовите основные виды стереотипов и установок в рекламной деятельности.
Вопрос 3	Что такое регулятивно-управляющая функция?
Вопрос 4	Каким образом данные готовятся к обработке?
Вопрос 5	Для каких целей применяются психологические исследования в связях с общественностью?

БИЛЕТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Определите на какую аудиторию рассчитан данный текст. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Обоснуйте свой ответ, подкрепив его теоретическими положениями дисциплины.

В настоящее время широко распространено мнение о том, что серьезными национальными проектами, развивающими национальную идею и воспитывающими национальную гордость, являются такие телевизионные проекты, как «Звезды на льду», «Танцы со звездами», «Две звезды».

Ситуационное задание № 2

Прочитайте представленный текст и проанализируйте какие психологические послы на аудиторию несет представленная информация. Решите профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

На телевизионном канале «Культура» был представлен фильм «Жизнь и смерть Достоевского». Основа фильма – дневниковые записи писателя, его жены, архивные записи современников. Сюжет каждой серии включал также рассуждения и анализ автора фильма, а также отрывки из художественных произведений Достоевского. При этом автор говорил быстро, а актер, читающий отрывки из произведений – медленно.

Письменный опрос

Вопрос 1	Что такое фокус-группа?
Вопрос 2	Каковы компоненты мотивационной структуры личности?
Вопрос 3	Какие механизмы моды вы знаете?
Вопрос 4	Назовите основные научные концепции, раскрывающие психологические закономерности функционирования СМИ.
Вопрос 5	Назовите основные механизмы преодоления последствий теленасилия.

БИЛЕТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Определите на какую аудиторию рассчитан данный текст. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Обоснуйте свой ответ, подкрепив его теоретическими положениями дисциплины.

Комсомольская правда в рубрике «Люди, которые нас удивили» поместила заметку: «Мэр Москвы нашел способ борьбы с пробками. Открывая очередную транспортную развязку, он сказал, что вынесет на обсуждение правительства города идею распорядка дня столичных чиновников. Теперь они будут работать с 7 утра, что сильно разгрузит улицы в утренние часы».

Ситуационное задание № 2

Прочитайте представленный текст и проанализируйте какие психологические послы на аудиторию несет представленная информация. Решите профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

В еженедельнике «Аргументы и факты» журналисткой была предложена статья о том, как представители лучших мировых модельных агентств из США, Франции, Японии и Тайваня (скауты) проводили кастинг новосибирских девушек. В нем участвовали 120 девушек разного возраста, но многим не исполнилось и 14 лет.

Письменный опрос

Вопрос 1	Каковы особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации?
Вопрос 2	Что представляет собой общественное сознание? Какова его структура?
Вопрос 3	Назовите психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы.
Вопрос 4	Назовите причины интернет-зависимости.
Вопрос 5	Назовите типы интернет-зависимых.

БИЛЕТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Определите на какую аудиторию рассчитан данный текст. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Обоснуйте свой ответ, подкрепив его теоретическими положениями дисциплины.

В настоящее время широко распространено мнение о том, что серьезными национальными проектами, развивающими национальную идею и воспитывающими национальную гордость, являются такие телевизионные проекты, как «Звезды на льду», «Танцы со звездами», «Две звезды».

Ситуационное задание № 2

Прочитайте представленный текст и проанализируйте какие психологические послы на аудиторию несет представленная информация. Решите профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

На телевизионном канале «Культура» был представлен фильм «Жизнь и смерть Достоевского». Основа фильма – дневниковые записи писателя, его жены, архивные записи современников. Сюжет каждой серии включал также рассуждения и анализ автора фильма, а также отрывки из художественных произведений Достоевского. При этом автор говорил быстро, а актер, читающий отрывки из произведений – медленно.

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие вам известны модели коммуникации?
Вопрос 2	Назовите основные процедуры медиаисследований.
Вопрос 3	Как можно предотвратить панику?
Вопрос 4	Назовите определение понятия «внимание» в массовой коммуникации.
Вопрос 5	Опишите основные принципы организации информации в социальных сетях.

БИЛЕТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Определите на какую аудиторию рассчитан данный текст. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Обоснуйте свой ответ, подкрепив его теоретическими положениями дисциплины.

Комсомольская правда в рубрике «Люди, которые нас удивили» поместила заметку: «Мэр Москвы нашел способ борьбы с пробками. Открывая очередную транспортную развязку, он сказал, что вынесет на обсуждение правительства города идею распорядка дня столичных чиновников. Теперь они будут работать с 7 утра, что сильно разгрузит улицы в утренние часы».

Ситуационное задание № 2

Прочитайте представленный текст и проанализируйте какие психологические послы на аудиторию несет представленная информация. Решите профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

В еженедельнике «Аргументы и факты» журналисткой была предложена статья о том, как представители лучших мировых модельных агентств из США, Франции, Японии и Тайваня (скауты) проводили кастинг новосибирских девушек. В нем участвовали 120 девушек разного возраста, но многим не исполнилось и 14 лет.

Письменный опрос

Вопрос 1	Назовите определение понятия "информационно-психологическая безопасность".
Вопрос 2	Опишите процедуру проведения фокус-группы.
Вопрос 3	В чем различие убеждения и внушения?
Вопрос 4	Что такое идеология?
Вопрос 5	Назовите основные структурные компоненты информационно-коммуникационного процесса.

8. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы и (или) иных информационных источников для самостоятельной подготовки обучающихся к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

Периодические издания

Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. : Научный журнал. – Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Издательский Дом)

Право и цифровая экономика. – Москва : ФГБОУ ВПО "Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)"

Иные электронные образовательные ресурсы

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт») <https://rucont.ru/> или <https://lib.rucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

Электронные информационные ресурсы

Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) (http://www.unece.org/stats/stats_h.html)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)
Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)
Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)
Организация Объединённых Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)
Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)
Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)
Всемирная торговая организация (World Trade Organization) (https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)
Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)
Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)
Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)
Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

Состав международных реферативных баз данных научных изданий

Science Alert (<https://scialert.net/>)
AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)
Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)
PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)
OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)
Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)
Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)
OAPEN (<https://www.oapen.org/>)
Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)
Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)
Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)
ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)
Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

Состав информационных справочных систем

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)
Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)
Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)
Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)
Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)
Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)
Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)
Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)
Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rosпотреbnadzor.ru/documents/documents.php>)

Состав информационных справочных правовых систем

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>)
Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>)
Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>)
Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>)
Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>)

Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>)
Правительство России (<http://government.ru/>)
Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)
Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)
Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)
Банк России (<https://www.cbr.ru/>)
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)

ТАСС (<https://tass.ru/>)

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)

Forbes (<https://www.forbes.ru/>)

ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)

Известия (<https://iz.ru/>)

РБК (<https://www.rbc.ru/>)

RT (<https://rt.com/>)

Информационные поисковые системы

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)

Google (ссылка: <https://www.google.com/>)

Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)

Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)

Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет БРИКС (ЮниБРИКС)»

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета БРИКС

«15» февраля 2021г.

(Решение № УС 15-02-21/1 от 15.02.2021)

Мотивированное мнение Студенческого совета Университета

БРИКС учтено

«15» февраля 2021г.

(Протокол от 15.02.2021 № СС 15-02-21/1)

Мотивированное мнение Научного студенческого совета

Университета БРИКС учтено

«15» февраля 2021г.

(Протокол от 15.02.2021 № НС 15-02-21/1)



УТВЕРЖДАЮ

Ректор Университета БРИКС

Клевцов Виталий Владимирович

«15» февраля 2021 г.

(Приказ № 15-02-21/1)

Оценочные материалы по дисциплине Риторика

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) программы
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения – **заочная**

СОГЛАСОВАНО

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

"КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА "ФИНИУМ"

Заместитель генерального директора по стратегическому
развитию

Соловьева Анастасия Владимировна, кандидат экономических
наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

СОГЛАСОВАНО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ"
Проректор по учебной работе

Гафарова Оксана Владимировна, кандидат экономических наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

Москва
2021

Программу разработал(и):
кандидат филологических наук Минова Мария Владимировна, доцент

1. Область применения оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой совокупность оценочных средств, предназначенных для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике; для оценки сформированности у обучающихся индикаторов достижения компетенций, установленных ОПОП.

Настоящие оценочные материалы предназначены для оценки результатов обучения по дисциплине Риторика, для оценки сформированности у обучающихся соответствующих индикаторов достижения компетенций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	РОПК-1 формирование компетенции ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	РОПК-1 формирование компетенции ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

3. Перечень индикаторов достижения компетенций, соотнесенных с оценочными средствами

Текущий контроль успеваемости или промежуточная аттестация обучающихся	Оценочные средства	Индикатор(ы) достижения компетенций
Текущий контроль успеваемости: Устные опросы (два в календарный модуль)	Вопросы для устных опросов	ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи
Текущий контроль успеваемости: Контрольная работа	Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы); ситуационные задания	ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи
Промежуточная аттестация обучающихся: Зачет	Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся); ситуационные задания	ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

4. Характеристика оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля успеваемости обучающихся и используются устные опросы и контрольная работа.

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижения компетенций, обладает большими возможностями воспитательного воздействия педагогического работника.

Устный опрос проводится во время занятий семинарского типа. Устный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы устного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Устные опросы организованы так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Перечень вопросов для устного опроса доводится до сведения студентов.

Контрольная работа

Контрольная работа дает возможность:

- сформировать для всех обучающихся одинаковые условия,
- объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя,
- проверить обоснованность оценки.

Цель контрольной работы – закрепление основных положений изучаемой дисциплины и умение использовать их на практике при решении профессиональных задач.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

- дать ответы на теоретические вопросы по курсу;
- выполнить ситуационные задания.

Контрольная работа включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Ситуационное задание

Ситуационное задание позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций.

Выполнение ситуационного задания состоит в определении способа деятельности в той или иной ситуации и(или) выполнения этой деятельности.

Для обеспечения равноценности заданий рекомендуется малое количество вариантов ситуационных заданий для промежуточной аттестации обучающихся, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным. Для проведения текущего контроля успеваемости рекомендуется один вариант ситуационных заданий, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным.

Ситуационное задание представляет собой описание конкретной ситуации, типичной для профессионального вида деятельности и(или) области знаний, соответствующих образовательной программе и осваиваемой дисциплине. Содержание ситуационного задания может включать описание условий деятельности и желаемого результата или конкретного задания (задачи). Ситуационное задание может содержать избыточную информацию или характеризоваться недостатком информации, что необходимо для того, чтобы подготовить обучающегося для успешной жизни в информационном обществе.

Письменный опрос

Письменный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций, освоение содержания дисциплины, умение логически построить ответ, владение письменной речью.

Письменный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы письменного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Перечень вопросов для письменного опроса доводится до сведения студентов.

Письменный опрос применяется как часть контрольной работы для текущего контроля успеваемости обучающихся.

5. Характеристика оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Зачет

Зачет – это форма промежуточной аттестации обучающихся, которая проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем). Задания для проведения зачета выполняются обучающимся самостоятельно. Зачет проводится по билетам, включающим задания для проведения зачета.

Задание для проведения зачета включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Теоретические вопросы для зачета избираются на основе вопросов для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся), определенных в настоящей ОПОП.

За выполнение заданий зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

6. Критерии оценивания (оценки)

Критерии оценивания устного и письменного опросов

Оценка		Критерии оценивания (оценки)
Устный опрос	Письменный опрос	
Зачтено	Отлично (числовое обозначение оценки - «5»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и полно и аргументированно отвечает по содержанию вопросов; обнаруживается понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.
	Хорошо (числовое обозначение оценки - «4»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
	Удовлетворительно (числовое обозначение оценки - «3»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается знание и понимание основных положений вопросов, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
Не зачтено	Неудовлетворительно (числовое обозначение оценки - «2»)	Оценка ставится, если обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается незнание ответов на вопросы, обучающийся допускает ошибки в формулировке определений и(или) правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания (оценки) ситуационного задания

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания (оценки)
Отлично	5	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Объяснение хода его выполнения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с правильным и свободным владением профессиональной терминологией; ответ(ы) на вопрос(ы) задания верный(ые), четкий(ие), непротиворечивые.
Хорошо	4	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Допускаются незначительные неточности. Объяснение хода его выполнения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Допускаются единичные ошибки в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания верные, непротиворечивые, но недостаточно четкие.
Удовлетворительно	3	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно правильный(ые). Объяснение хода его выполнения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в

		использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания недостаточно чёткие, с ошибками в деталях, противоречивые.
Неудовлетворительно	2	Обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно неправильные. Объяснение хода её решения дано неполное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования (в т.ч. лекционным материалом); ответы на дополнительные вопросы неправильные (отсутствуют).

Критерии оценивания (оценки) контрольной работы

За выполнение контрольной работы выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «Отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Критерии оценивания (оценки) зачета

За выполнение заданий зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» (то есть «отлично», «хорошо» или «удовлетворительно») из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

7. Содержание оценочных средств

Задания для текущего контроля успеваемости

Вопросы для устных опросов

Риторика как учение об общественной речи.
 Методологические основы риторики.
 Источники изобретения речи.
 Композиционное строение речи.
 Логические основания аргументации.
 Убедительность речи.
 Функциональные стили и языковые нормы.
 Выразительные средства языка.
 Текст и презентация речи.
 Произнесение речи.
 Основы педагогической коммуникации.
 Дискуссия в образовательном процессе.

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

В чем состоит отличие взглядов Сократа и Аристотеля на искусство речи?
 Как сказались процессы централизации власти на состоянии общественной речи в Римской империи?
 В чем заключались особенности взглядов на риторику в Византии?
 Почему в период Средневековья развивалось преимущественно церковно-богословское красноречие?
 Чем был обусловлен кризис риторики Нового времени?
 Каковы особенности развития риторики в России и СССР?
 Что такое речевое воспитание?
 Как преломлялась парадигма риторики в общественном сознании на протяжении развития цивилизации?
 Почему убеждение является центральной категорией риторики?
 Чему обязывает оратора основной закон риторики?
 Из каких этапов складывается последовательность риторической разработки речи?
 Какие существуют виды топосов и как они используются для изобретения речи?
 Какие способы изобретения относятся к ассоциативному методу? Перечислите достоинства и недостатки ассоциативного подхода в изобретении речи.

Какие способы изобретения относятся к аналитическому методу? Перечислите достоинства и недостатки аналитического подхода в изобретении речи.

Что такое замысел речи?

Выполнения каких действий управляющие вопросы требуют от создателя речи?

Какие требования предъявляются к формулировке элементов замысла речи?

Каковы особенности тезисных планов убеждающей, информационной и вдохновляющей речи?

Какие существуют варианты вступления? Чем обусловлен выбор того или иного варианта?

Какие существуют принципы изложения основной части речи?

Какие существуют варианты тема-рематической связи в тексте?

Что обеспечивает соблюдение принципа единства элементов речи?

Какие виды заключения предпочтительно использовать в различных жанрообразующих родах речи?

Какие аспекты можно выделить в аргументации?

Почему аристотелевскую логику называют формальной?

Какими терминами характеризуется понятие? В чем заключаются их отличия?

Какой закон действует в отношении понятий?

Какие правила действуют в отношении определения понятий?

Как следует производить деление понятий?

Как называются термины, входящие в состав суждения?

Какие можно выделить типы суждений?

Что такое простой категорический силлогизм?

Какие правила должны соблюдаться в силлогизме?

Какие разновидности силлогизма используются в риторике?

В чем состоит значение законов логики?

Какие существуют виды и варианты аргументации? В каких жанрообразующих родах речи наиболее целесообразно их использовать?

Что обуславливает ограниченность применения логической аргументации в риторике?

Какие условия обеспечивают успех психологической аргументации?

В чем заключаются особенности риторической аргументации?

Перечислите основные виды пафосов общественной речи. Почему они должны учитываться в процессе аргументации?

Чем определяется сила аргумента?

Чем определяется количество аргументов в речи?

Для чего можно использовать риторические фигуры?

Что такое культура речи говорящего?

Какие существуют типы речевой культуры?

Какие коммуникативные качества речи принято выделять в риторике?

Как можно охарактеризовать официально-деловой стиль речи?

Чем характерен научный стиль речи?

Какие особенности характерны для публицистического стиля речи?

Что такое норма литературного языка?

Какие существуют критерии оценки языкового явления как нормативного?

Какие основные нарушения фонетических норм встречаются в речи?

Что такое морфологические нормы? Каковы их характеристики?

Какие нарушения синтаксических норм наиболее распространены?

Можно ли упразднить нормы правописания?

Какие источники выразительности принято выделять в риторике?

Что такое риторический вопрос, повтор, градация, антитеза?

В чем заключаются особенности сравнения и метафоры?

Что такое прецедентные феномены?

Какие вам известны источники прецедентности?

Каковы особенности использования прецедентных феноменов в средствах массовой информации, художественной литературе, научных текстах?

Что представляют собой функции прецедентов в научной речи и в речи преподавателя?

Что такое культурная грамотность?

Какими принципами следует руководствоваться, для того чтобы облегчить аудитории восприятие текста речи?

Чем отличаются учебный текст и учебная речь?

В чем состоят основные правила оформления слайдов мультимедийной презентации?

Почему маркированные списки как форма представления информации наименее удобны для восприятия?

Как влияют закономерности зрительного восприятия на способы представления информации на слайде?

Какие типы аудиторий наиболее характерны для научно-педагогической коммуникации? В чем заключаются их особенности?

Чего следует избегать, выступая перед молодежной аудиторией?

Как следует вести себя, выступая перед высокообразованной аудиторией?

Перечислите показатели, характеризующие технику речи. Какие требования предъявляются к ней?

Почему важно правильно использовать невербальные средства общения?

Какие факторы обуславливают диалогичность современной педагогической коммуникации?

Какая модель педагогической коммуникации является предпочтительной, в каких случаях и почему?

Каковы основные группы условий, обеспечивающих условия коммуникации. В чем их особенности?

Каковы основные принципы и максимы коммуникативного кодекса. Как следует их учитывать в научно-педагогической коммуникации?

Что такое перцепция?

Как формулируется основная речевая стратегия педагогической коммуникации? В чем заключается ее значение?

Почему диалогичность педагогической коммуникации предполагает ее дискуссионность?

Почему выбор дискуссии в качестве учебного жанра является предпочтительным?

Чему обязывают педагога принципы управления дискуссией?

Какие существуют варианты организации дискуссии в образовательном процессе?

Варианты заданий для контрольной работы

Варианты заданий для контрольной работы распределяются между обучающимися педагогическим работником.

Варианты заданий для контрольной работы

ВАРИАНТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте представленный текст. Осуществляя выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, определите какие логические законы обыгрываются в представленном тексте.

В сцене, описанной Ж.Б. Мольером, отец немой девочки пытается узнать у врача, отчего его дочь нема: «Ничего не может быть проще, — отвечает медик Инхарель, — это зависит от того, что она потеряла способность речи». — «Конечно, конечно, — возразил отец девочки, — но скажите, пожалуйста, по какой причине она потеряла способность речи?» — «Все наши лучшие авторы скажут вам, — ответил медик, — что это зависит от невозможности действовать языком».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленный текст и проанализируйте его. Учитывая отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи, определите коммуникативные тактики в представленном тексте. Объясните с какой целью они использованы.

«Я начал менять политику работы с иностранными инвесторами, — заявил, открывая первый Российский форум, свердловский губернатор Эдуард Россель. — Я прямо сказал послу США Томасу Пикерингу: «Хватит американским инвесторам ездить по нашим предприятиям и собирать разведывательную информацию...»

Это сообщение губернатора было встречено бурными аплодисментами собравшихся, которые слушали остальные выступления без особых эмоций.»

Письменный опрос

Вопрос 1	Что обуславливает ограниченность применения логической аргументации в риторике?
Вопрос 2	Как можно охарактеризовать официально-деловой стиль речи?
Вопрос 3	В чем заключались особенности взглядов на риторiku в Византии?
Вопрос 4	Чем характерен научный стиль речи?
Вопрос 5	Чем определяется сила аргумента?

ВАРИАНТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте представленный текст. Осуществляя выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, определите какие логические законы обыгрываются в представленном тексте.

В сцене, описанной Ж.Б. Мольером, отец немой девочки пытается узнать у врача, отчего его дочь нема: «Ничего не может быть проще, — отвечает медик Инхарель, — это зависит от того, что она потеряла способность речи». — «Конечно, конечно, — возразил отец девочки, — но скажите, пожалуйста, по какой причине она потеряла способность речи?» — «Все наши лучшие авторы скажут вам, — ответил медик, — что это зависит от невозможности действовать языком».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленный текст и проанализируйте его. Учитывая отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи, определите коммуникативные тактики в представленном тексте. Объясните с какой целью они использованы.

«Я начал менять политику работы с иностранными инвесторами, — заявил, открывая первый Российский форум, свердловский губернатор Эдуард Россель. — Я прямо сказал послу США Томасу Пикерингу: «Хватит американским инвесторам ездить по нашим предприятиям и собирать разведывательную информацию...»

Это сообщение губернатора было встречено бурными аплодисментами собравшихся, которые слушали остальные выступления без особых эмоций.»

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие можно выделить типы суждений?
Вопрос 2	Перечислите показатели, характеризующие технику речи. Какие требования предъявляются к ней?
Вопрос 3	Что такое речевое воспитание?
Вопрос 4	Почему убеждение является центральной категорией риторики?
Вопрос 5	Какие существуют варианты организации дискуссии в образовательном процессе?

ВАРИАНТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте представленный текст. Осуществляя выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, определите какие логические законы обыгрываются в представленном тексте.

В сцене, описанной Ж.Б. Мольером, отец немой девочки пытается узнать у врача, отчего его дочь нема: «Ничего не может быть проще, — отвечает медик Инхарель, — это зависит от того, что она потеряла способность речи». — «Конечно, конечно, — возразил отец девочки, — но скажите, пожалуйста, по какой причине она потеряла способность речи?» — «Все наши лучшие авторы скажут вам, — ответил медик, — что это зависит от невозможности действовать языком».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленный текст и проанализируйте его. Учитывая отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи, определите коммуникативные тактики в представленном тексте. Объясните с какой целью они использованы.

«Я начал менять политику работы с иностранными инвесторами, — заявил, открывая первый Российский форум, свердловский губернатор Эдуард Россель. — Я прямо сказал послу США Томасу Пикерингу: «Хватит американским инвесторам ездить по нашим предприятиям и собирать разведывательную информацию...»

Это сообщение губернатора было встречено бурными аплодисментами собравшихся, которые слушали остальные выступления без особых эмоций.»

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие способы изобретения относятся к ассоциативному методу? Перечислите достоинства и недостатки ассоциативного подхода в изобретении речи.
Вопрос 2	Какие способы изобретения относятся к аналитическому методу? Перечислите достоинства и недостатки аналитического подхода в изобретении речи.
Вопрос 3	Чем отличаются учебный текст и учебная речь?
Вопрос 4	Что обуславливает ограниченность применения логической аргументации в риторике?
Вопрос 5	Что обеспечивает соблюдение принципа единства элементов речи?

ВАРИАНТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте представленный текст. Осуществляя выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, определите какие логические законы обыгрываются в представленном тексте.

В сцене, описанной Ж.Б. Мольером, отец немой девочки пытается узнать у врача, отчего его дочь нема: «Ничего не может быть проще, — отвечает медик Инхарель, — это зависит от того, что она потеряла способность речи». — «Конечно, конечно, — возразил отец девочки, — но скажите, пожалуйста, по какой причине она потеряла способность речи?» — «Все наши лучшие авторы скажут вам, — ответил медик, — что это зависит от невозможности действовать языком».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленный текст и проанализируйте его. Учитывая отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи, определите коммуникативные тактики в представленном тексте. Объясните с какой целью они использованы.

«Я начал менять политику работы с иностранными инвесторами, — заявил, открывая первый Российский форум, свердловский губернатор Эдуард Россель. — Я прямо сказал послу США Томасу Пикерингу: «Хватит американским инвесторам ездить по нашим предприятиям и собирать разведывательную информацию...»

Это сообщение губернатора было встречено бурными аплодисментами собравшихся, которые слушали остальные выступления без особых эмоций.»

Письменный опрос

Вопрос 1	В чем состоит значение законов логики?
Вопрос 2	Как можно охарактеризовать официально-деловой стиль речи?
Вопрос 3	Как сказались процессы централизации власти на состоянии общественной речи в Римской империи?
Вопрос 4	В чем заключаются особенности сравнения и метафоры?
Вопрос 5	Выполнения каких действий управляющие вопросы требуют от создателя речи?

ВАРИАНТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте представленный текст. Осуществляя выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, определите какие логические законы обыгрываются в представленном тексте.

В сцене, описанной Ж.Б. Мольером, отец немой девочки пытается узнать у врача, отчего его дочь нема: «Ничего не может быть проще, — отвечает медик Инхарель, — это зависит от того, что она потеряла способность речи». — «Конечно, конечно, — возразил отец девочки, — но скажите, пожалуйста, по какой причине она потеряла способность речи?» — «Все наши лучшие авторы скажут вам, — ответил медик, — что это зависит от невозможности действовать языком».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленный текст и проанализируйте его. Учитывая отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи, определите коммуникативные тактики в представленном тексте. Объясните с какой целью они использованы.

«Я начал менять политику работы с иностранными инвесторами, — заявил, открывая первый Российский форум, свердловский губернатор Эдуард Россель. — Я прямо сказал послу США Томасу Пикерингу: «Хватит американским инвесторам ездить по нашим предприятиям и собирать разведывательную информацию...»

Это сообщение губернатора было встречено бурными аплодисментами собравшихся, которые слушали остальные выступления без особых эмоций.»

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие правила действуют в отношении определения понятий?
Вопрос 2	Чего следует избегать, выступая перед молодежной аудиторией?
Вопрос 3	Каковы особенности использования прецедентных феноменов в средствах массовой информации, художественной литературе, научных текстах?
Вопрос 4	Какой закон действует в отношении понятий?
Вопрос 5	Какие аспекты можно выделить в аргументации?

Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся)

В чем состоит отличие взглядов Сократа и Аристотеля на искусство речи?
Как сказались процессы централизации власти на состоянии общественной речи в Римской империи?
В чем заключались особенности взглядов на риторiku в Византии?
Почему в период Средневековья развивалось преимущественно церковно-богословское красноречие?
Чем был обусловлен кризис риторики Нового времени?
Каковы особенности развития риторики в России и СССР?
Что такое речевое воспитание?
Как преломлялась парадигма риторики в общественном сознании на протяжении развития цивилизации?
Почему убеждение является центральной категорией риторики?
Чему обязывает оратора основной закон риторики?
Из каких этапов складывается последовательность риторической разработки речи?
Какие существуют виды топосов и как они используются для изобретения речи?
Какие способы изобретения относятся к ассоциативному методу? Перечислите достоинства и недостатки ассоциативного подхода в изобретении речи.
Какие способы изобретения относятся к аналитическому методу? Перечислите достоинства и недостатки аналитического подхода в изобретении речи.
Что такое замысел речи?
Выполнения каких действий управляющие вопросы требуют от создателя речи?
Какие требования предъявляются к формулировке элементов замысла речи?
Каковы особенности тезисных планов убеждающей, информационной и вдохновляющей речи?
Какие существуют варианты вступления? Чем обусловлен выбор того или иного варианта?
Какие существуют принципы изложения основной части речи?
Какие существуют варианты тема-ремагической связи в тексте?
Что обеспечивает соблюдение принципа единства элементов речи?
Какие виды заключения предпочтительно использовать в различных жанрообразующих родах речи?
Какие аспекты можно выделить в аргументации?
Почему аристотелевскую логику называют формальной?
Какими терминами характеризуется понятие? В чем заключаются их отличия?
Какой закон действует в отношении понятий?
Какие правила действуют в отношении определения понятий?
Как следует производить деление понятий?
Как называются термины, входящие в состав суждения?
Какие можно выделить типы суждений?
Что такое простой категорический силлогизм?
Какие правила должны соблюдаться в силлогизме?
Какие разновидности силлогизма используются в риторике?
В чем состоит значение законов логики?
Какие существуют виды и варианты аргументации? В каких жанрообразующих родах речи наиболее целесообразно их использовать?
Что обуславливает ограниченность применения логической аргументации в риторике?
Какие условия обеспечивают успех психологической аргументации?
В чем заключаются особенности риторической аргументации?
Перечислите основные виды пафосов общественной речи. Почему они должны учитываться в процессе аргументации?
Чем определяется сила аргумента?

Чем определяется количество аргументов в речи?
Для чего можно использовать риторические фигуры?
Что такое культура речи говорящего?
Какие существуют типы речевой культуры?
Какие коммуникативные качества речи принято выделять в риторике?
Как можно охарактеризовать официально-деловой стиль речи?
Чем характерен научный стиль речи?
Какие особенности характерны для публицистического стиля речи?
Что такое норма литературного языка?
Какие существуют критерии оценки языкового явления как нормативного?
Какие основные нарушения фонетических норм встречаются в речи?
Что такое морфологические нормы? Каковы их характеристики?
Какие нарушения синтаксических норм наиболее распространены?
Можно ли упразднить нормы правописания?
Какие источники выразительности принято выделять в риторике?
Что такое риторический вопрос, повтор, градация, антитеза?
В чем заключаются особенности сравнения и метафоры?
Что такое прецедентные феномены?
Какие вам известны источники прецедентности?
Каковы особенности использования прецедентных феноменов в средствах массовой информации, художественной литературе, научных текстах?
Что представляют собой функции прецедентов в научной речи и в речи преподавателя?
Что такое культурная грамотность?
Какими принципами следует руководствоваться, для того чтобы облегчить аудитории восприятие текста речи?
Чем отличаются учебный текст и учебная речь?
В чем состоят основные правила оформления слайдов мультимедийной презентации?
Почему маркированные списки как форма представления информации наименее удобны для восприятия?
Как влияют закономерности зрительного восприятия на способы представления информации на слайде?
Какие типы аудиторий наиболее характерны для научно-педагогической коммуникации? В чем заключаются их особенности?
Чего следует избегать, выступая перед молодежной аудиторией?
Как следует вести себя, выступая перед высокообразованной аудиторией?
Перечислите показатели, характеризующие технику речи. Какие требования предъявляются к ней?
Почему важно правильно использовать невербальные средства общения?
Какие факторы обуславливают диалогичность современной педагогической коммуникации?
Какая модель педагогической коммуникации является предпочтительной, в каких случаях и почему?
Каковы основные группы условий, обеспечивающих условия коммуникации. В чем их особенности?
Каковы основные принципы и максимы коммуникативного кодекса. Как следует их учитывать в научно-педагогической коммуникации?
Что такое перцепция?
Как формулируется основная речевая стратегия педагогической коммуникации? В чем заключается ее значение?
Почему диалогичность педагогической коммуникации предполагает ее дискуссионность?
Почему выбор дискуссии в качестве учебного жанра является предпочтительным?
Чему обязывают педагога принципы управления дискуссией?
Какие существуют варианты организации дискуссии в образовательном процессе?

Билеты для промежуточной аттестации обучающихся (Зачет)

БИЛЕТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте представленный текст. Осуществляя выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, определите какие логические законы обыгрываются в представленном тексте.

Протагор обучал своих учеников судебному искусству. Он брал с них половину оплаты до того, как начинались занятия, а вторую половину после того, как ученик выигрывал свой первый процесс. У Протагора был очень способный ученик по имени Эватл, который, закончив обучение, ни разу не выступил в суде. Обеспокоенный Протагор пришел к Эватлу и сказал: «Мне надоело ждать, и я подаю на тебя в суд. Можешь не сомневаться, что ты вернешь мне деньги, потому что если суд решит, что ты прав, то ты должен мне вернуть деньги по договору, так как выиграешь свой первый процесс. Если суд решит, что прав я, – то по решению суда». Очевидно, Протагор был великолепным учителем, а, возможно, Эватл – хорошим учеником. Он ответил: «Ты не прав, Протагор! Если ты подашь в суд, то никогда не получишь своих денег, потому что если я проиграю процесс, то тебе ничего не причитается в силу договора. Я ведь проиграл свой первый процесс. Если же я выиграю, то ты ничего не получишь по решению суда».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленный текст и проанализируйте его. Учитывая отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи, определите коммуникативные тактики в представленном тексте. Объясните с какой целью они использованы.

Джон Керри планирует посетить католический собор, чтобы покрутиться среди избирателей-католиков. Перед этим менеджер его кампании беседует с кардиналом: – Среди католиков не сильно высокое мнение о Керри, особенно из-за его позиции в вопросе об абортах. Мы хотели бы пожертвовать на нужды церкви 100 000 долл. Но при одном условии: на мессе, которую вы будете служить завтра, вы назовете Керри святым. Кардинал на секунду задумался, но принял чек. На следующий день, когда Керри явился к мессе, кардинал начал проповедь так:

– Джон Керри – мелкий, дешевый, эгоистичный лицемер. Он – обманщик, жулик и вор. Он – один из самых худших католиков, среди тех, кого я когда-либо знал. Но, Джон Керри просто святой по сравнению с Тэдом Кеннеди!

Письменный опрос

Вопрос 1	Что представляют собой функции прецедентов в научной речи и в речи преподавателя?
Вопрос 2	Какие существуют типы речевой культуры?
Вопрос 3	В чем заключаются особенности риторической аргументации?
Вопрос 4	Почему аристотелевскую логику называют формальной?
Вопрос 5	Как следует производить деление понятий?

БИЛЕТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте представленный текст. Осуществляя выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, определите какие логические законы обыгрываются в представленном тексте.

Утром Босталоева пошла в то учреждение, где она впервые стала на ночлег, и там ей дали повестку, чтобы она явилась днем в нарсуд— как ответчица по делу о названии сволочью государственного служащего. Рабочий судья почитал вслух перед лицом интересующегося народа дело Босталоевой и вдруг дал свое заключение: ответчицу оправдать и вынести ей публично благодарность за бдительность в экономии материала, а истца-служащего признать действительной сволочью и предать наказанию, как неугодную личность. Народ вначале было озадачился, но потом обрадовался суждению судьи; истец же наклонил лицо и публично опозорился, впрямь до особых заслуг перед рабочим классом. (А. Платонов. Ювенильное море).

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленный текст и проанализируйте его. Учитывая отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи, определите коммуникативные тактики в представленном тексте. Объясните с какой целью они использованы.

Геннадий Зюганов и Владимир Жириновский в передаче «К барьеру!». На обвинения Жириновского Зюганов долго и обстоятельно рассказывает о том, каким образом у КПРФ собрались большие деньги. Жириновский прерывает его: «Все это ерунда! Есть только один-единственный способ честно заработать большие деньги!» Зюганов: «Ну, и что это за способ?» Жириновский: «Во! Я был уверен, что вы его не знаете!»

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие разновидности силлогизма используются в риторике?
Вопрос 2	Какими терминами характеризуется понятие? В чем заключаются их отличия?
Вопрос 3	Почему важно правильно использовать невербальные средства общения?
Вопрос 4	Какие основные нарушения фонетических норм встречаются в речи?
Вопрос 5	Как влияют закономерности зрительного восприятия на способы представления информации на слайде?

БИЛЕТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте представленный текст. Осуществляя выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, определите какие логические законы обыгрываются в представленном тексте.

Протагор обучал своих учеников судебному искусству. Он брал с них половину оплаты до того, как начинались занятия, а вторую половину после того, как ученик выигрывал свой первый процесс. У Протагора был очень способный ученик по имени Эватл, который, закончив обучение, ни разу не выступил в суде. Обеспокоенный Протагор пришел к Эватлу и сказал: «Мне надоело ждать, и я подаю на тебя в суд. Можешь не сомневаться, что ты вернешь мне деньги, потому что если суд решит, что ты прав, то ты должен мне вернуть деньги по договору, так как выиграешь свой первый процесс. Если суд решит, что прав я, — то по решению суда». Очевидно, Протагор был великолепным учителем, а, возможно, Эватл — хорошим учеником. Он ответил: «Ты не прав, Протагор! Если ты подашь в суд, то никогда не получишь своих денег, потому что если я проиграю процесс, то тебе ничего не причитается в силу договора. Я ведь проиграл свой первый процесс. Если же я выиграю, то ты ничего не получишь по решению суда».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленный текст и проанализируйте его. Учитывая отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи, определите коммуникативные тактики в представленном тексте. Объясните с какой целью они использованы.

Джон Керри планирует посетить католический собор, чтобы покрутиться среди избирателей-католиков. Перед этим менеджер его кампании беседует с кардиналом: — Среди католиков не сильно высокое мнение о Керри, особенно из-за его позиции в вопросе об абортах. Мы хотели бы пожертвовать на нужды церкви 100 000 долл. Но при одном условии: на мессе, которую вы будете служить завтра, вы назовете Керри святым. Кардинал на секунду задумался, но принял чек. На следующий день, когда Керри явился к мессе, кардинал начал проповедь так:

— Джон Керри — мелкий, дешевый, эгоистичный лицемер. Он — обманщик, жулик и вор. Он — один из самых худших католиков, среди тех, кого я когда-либо знал. Но, Джон Керри просто святой по сравнению с Тэдом Кеннеди!

Письменный опрос

Вопрос 1	В чем состоят основные правила оформления слайдов мультимедийной презентации?
Вопрос 2	Какие особенности характерны для публицистического стиля речи?
Вопрос 3	Какие коммуникативные качества речи принято выделять в риторике?
Вопрос 4	Какая модель педагогической коммуникации является предпочтительной, в каких случаях и почему?
Вопрос 5	Чему обязывают педагога принципы управления дискуссией?

БИЛЕТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте представленный текст. Осуществляя выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, определите какие логические законы обыгрываются в представленном тексте.

Утром Босталоева пошла в то учреждение, где она впервые стала на ночлег, и там ей дали повестку, чтобы она явилась днем в нарсуд— как ответчица по делу о названии сволочью государственного служащего. Рабочий судья почитал вслух перед лицом интересующегося народа дело Босталоевой и вдруг дал свое заключение: ответчицу оправдать и вынести ей публично благодарность за бдительность в экономии материала, а истца-служащего признать действительной сволочью и предать наказанию, как негодную личность. Народ вначале было озадачился, но потом обрадовался суждению судьи; истец же наклонил лицо и публично опозорился, впрямь до особых заслуг перед рабочим классом. (А. Платонов. Ювенильное море).

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленный текст и проанализируйте его. Учитывая отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи, определите коммуникативные тактики в представленном тексте. Объясните с какой целью они использованы.

Геннадий Зюганов и Владимир Жириновский в передаче «К барьеру!». На обвинения Жириновского Зюганов долго и обстоятельно рассказывает о том, каким образом у КПРФ собрались большие деньги. Жириновский прерывает его: «Все это ерунда! Есть только один-единственный способ честно заработать большие деньги!» Зюганов: «Ну, и что это за способ?» Жириновский: «Во! Я был уверен, что вы его не знаете!»

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие существуют виды топосов и как они используются для изобретения речи?
Вопрос 2	Почему маркированные списки как форма представления информации наименее удобны для восприятия?
Вопрос 3	Какие условия обеспечивают успех психологической аргументации?
Вопрос 4	Каковы основные принципы и максимы коммуникативного кодекса. Как следует их учитывать в научно-педагогической коммуникации?
Вопрос 5	Какие правила должны соблюдаться в силлогизме?

БИЛЕТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте представленный текст. Осуществляя выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, определите какие логические законы обыгрываются в представленном тексте.

Протагор обучал своих учеников судебному искусству. Он брал с них половину оплаты до того, как начинались занятия, а вторую половину после того, как ученик выигрывал свой первый процесс. У Протагора был очень способный ученик по имени Эватл, который, закончив обучение, ни разу не выступил в суде. Обеспокоенный Протагор пришел к Эватлу и сказал: «Мне надоело ждать, и я подаю на тебя в суд. Можешь не сомневаться, что ты вернешь мне деньги, потому что если суд решит, что ты прав, то ты должен мне вернуть деньги по договору, так как выиграешь свой первый процесс. Если суд решит, что прав я, — то по решению суда». Очевидно, Протагор был великолепным учителем, а, возможно, Эватл — хорошим учеником. Он ответил: «Ты не прав, Протагор! Если ты подашь в суд, то никогда не получишь своих денег, потому что если я проиграю процесс, то тебе ничего не причитается в силу договора. Я ведь проиграл свой первый процесс. Если же я выиграю, то ты ничего не получишь по решению суда».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленный текст и проанализируйте его. Учитывая отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи, определите коммуникативные тактики в представленном тексте. Объясните с какой целью они использованы.

Джон Керри планирует посетить католический собор, чтобы покрутиться среди избирателей-католиков. Перед этим менеджер его кампании беседует с кардиналом: — Среди католиков не сильно высокое мнение о Керри, особенно из-за его позиции в вопросе об абортах. Мы хотели бы пожертвовать на нужды церкви 100 000 долл. Но при одном условии: на мессе, которую вы будете служить завтра, вы назовете Керри святым. Кардинал на секунду задумался, но принял чек. На следующий день, когда Керри явился к мессе, кардинал начал проповедь так:

— Джон Керри — мелкий, дешевый, эгоистичный лицемер. Он — обманщик, жулик и вор. Он — один из самых худших католиков, среди тех, кого я когда-либо знал. Но, Джон Керри просто святой по сравнению с Тэдом Кеннеди!

Письменный опрос

Вопрос 1	Почему выбор дискуссии в качестве учебного жанра является предпочтительным?
Вопрос 2	Каковы особенности тезисных планов убеждающей, информационной и вдохновляющей речи?
Вопрос 3	Что такое культурная грамотность?
Вопрос 4	Что такое риторический вопрос, повтор, градация, антитеза?
Вопрос 5	Перечислите основные виды пафосов общественной речи. Почему они должны учитываться в процессе аргументации?

8. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы и (или) иных информационных источников для самостоятельной подготовки обучающихся к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Зверев, С. Э. Риторика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С. Э. Зверев, О. Ю. Ефремов, А. Е. Шаповалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Виноградова, С. М. Риторика : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. М. Виноградова, И. С. Силин ; под редакцией С. М. Виноградовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Дзялошинский, И. М. Риторика : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Ивин, А. А. Теория и практика аргументации : учебник для бакалавров / А. А. Ивин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Культура речи и риторика для юристов : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Юшкова, Е. Б. Берг, Ю. Б. Феденева, С. В. Панченко ; под общей редакцией Н. А. Юшковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

5. Москвин, В. П. Риторика и теория аргументации : учебник для вузов / В. П. Москвин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

6. Тульчинский, Г. Л. Логика и теория аргументации : учебник для академического бакалавриата / Г. Л. Тульчинский, С. С. Гусев, С. В. Герасимов ; под редакцией Г. Л. Тульчинского. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Периодические издания

Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. : Научный журнал. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Издательский Дом)

Право и цифровая экономика. — Москва : ФГБОУ ВПО "Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)"

Иные электронные образовательные ресурсы

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт» <https://rucont.ru/> или <https://lib.rucont.ru/>)

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

Электронные информационные ресурсы

Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) (http://www.unece.org/stats/stats_h.html)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) (https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

Состав международных реферативных баз данных научных изданий

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)

Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)

ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)

Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

Состав информационных справочных систем

Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)

Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)

Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)

Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)

Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)

Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)

Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>)

Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>)

Правительство России (<http://government.ru/>)

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)

Банк России (<https://www.cbr.ru/>)

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)

ТАСС (<https://tass.ru/>)

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)
Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)
Forbes (<https://www.forbes.ru/>)
ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)
Известия (<https://iz.ru/>)
РБК (<https://www.rbc.ru/>)
RT (<https://rt.com/>)

Информационные поисковые системы

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)
Google (ссылка: <https://www.google.com/>)
Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)
Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)
Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет БРИКС (ЮниБРИКС)»

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета БРИКС
«15» февраля 2021г.
(Решение № УС 15-02-21/1 от 15.02.2021)

Мотивированное мнение Студенческого совета Университета
БРИКС учтено

«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № СС15-02-21/1)

Мотивированное мнение Научного студенческого совета

Университета БРИКС учтено

«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № НС15-02-21/1)



УТВЕРЖДАЮ

Ректор Университета БРИКС
Клевцов Виталий Владимирович
«15» февраля 2021 г.
(Приказ № 15-02-21/1)

Оценочные материалы по дисциплине Реклама в коммуникационном процессе

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) программы
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения – **заочная**

СОГЛАСОВАНО

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
"КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА "ФИНИУМ"

Заместитель генерального директора по стратегическому
развитию

Соловьева Анастасия Владимировна, кандидат экономических
наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

СОГЛАСОВАНО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ"
Проректор по учебной работе

Гафарова Оксана Владимировна, кандидат экономических наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

Москва
2021

Программу разработал(и):
кандидат филологических наук Минова Мария Владимировна, доцент

1. Область применения оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой совокупность оценочных средств, предназначенных для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике; для оценки сформированности у обучающихся индикаторов достижения компетенций, установленных ОПОП.

Настоящие оценочные материалы предназначены для оценки результатов обучения по дисциплине Реклама в коммуникационном процессе, для оценки сформированности у обучающихся соответствующих индикаторов достижения компетенций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	РОПК-1 формирование компетенции ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	РОПК-1 формирование компетенции ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

3. Перечень индикаторов достижения компетенций, соотнесенных с оценочными средствами

Текущий контроль успеваемости или промежуточная аттестация обучающихся	Оценочные средства	Индикатор(ы) достижения компетенций
Текущий контроль успеваемости: Устные опросы (два в календарный модуль)	Вопросы для устных опросов	ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи
Текущий контроль успеваемости: Контрольная работа	Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы); ситуационные задания	ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи
Промежуточная аттестация обучающихся: Экзамен	Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся); ситуационные задания;	ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

4. Характеристика оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля успеваемости обучающихся и используются устные опросы и контрольная работа.

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижения компетенций, обладает большими возможностями воспитательного воздействия педагогического работника.

Устный опрос проводится во время занятий семинарского типа. Устный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы устного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Устные опросы организованы так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Перечень вопросов для устного опроса доводится до сведения студентов.

Контрольная работа

Контрольная работа дает возможность:

- сформировать для всех обучающихся одинаковые условия,
- объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя,
- проверить обоснованность оценки.

Цель контрольной работы – закрепление основных положений изучаемой дисциплины и умение использовать их на практике при решении профессиональных задач.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

- дать ответы на теоретические вопросы по курсу;
- выполнить ситуационные задания.

Контрольная работа включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Ситуационное задание

Ситуационное задание позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций.

Выполнение ситуационного задания состоит в определении способа деятельности в той или иной ситуации и(или) выполнения этой деятельности.

Для обеспечения равноценности заданий рекомендуется малое количество вариантов ситуационных заданий для промежуточной аттестации обучающихся, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным. Для проведения текущего контроля успеваемости рекомендуется один вариант ситуационных заданий, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным.

Ситуационное задание представляет собой описание конкретной ситуации, типичной для профессионального вида деятельности и(или) области знаний, соответствующих образовательной программе и осваиваемой дисциплине. Содержание ситуационного задания может включать описание условий деятельности и желаемого результата или конкретного задания (задачи). Ситуационное задание может содержать избыточную информацию или характеризоваться недостатком информации, что необходимо для того, чтобы подготовить обучающегося для успешной жизни в информационном обществе.

Письменный опрос

Письменный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций, освоение содержания дисциплины, умение логически построить ответ, владение письменной речью.

Письменный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы письменного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Перечень вопросов для письменного опроса доводится до сведения студентов.

Письменный опрос применяется как часть контрольной работы для текущего контроля успеваемости обучающихся.

5. Характеристика оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Экзамен

Экзамен – это форма промежуточной аттестации обучающихся, которая проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем). Задания для проведения экзамена выполняются обучающимся самостоятельно. Экзамен проводится по билетам, включающим задания для проведения экзамена.

Задание для проведения экзамена включает в себя:

- два ситуационных задания;

- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Теоретические вопросы для экзамена избираются на основе вопросов для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся), определенных в настоящей ОПОП.

За выполнение заданий экзамена выставляется оценка по пятибалльной системе оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Курсовая работа

Курсовая работа – творческая, научная, самостоятельная исследовательская работа по определенной теме, в ходе которой обучающиеся приобретают навыки работы с научной, учебной и методической литературой. Овладевают методами научного исследования, обработки, обобщения и анализа информации; расширяют общий кругозор; решают практические задачи на основе теоретических знаний; активизируют самостоятельную работу и творческое мышление. Курсовая работа является завершающим этапом изучения дисциплины и позволяет судить о том, насколько обучающийся усвоил теоретический курс и каковы его возможности применения полученных знаний для их обобщения по избранной теме.

Тематика (темы) курсовых работ

Виды и средства распространения рекламы.

Интернет-реклама как современная форма коммуникаций.

Использование известных образов в рекламе.

Использование юмора в рекламе.

История рекламы в России и мире.

Классификация рекламных агентств и их организационная структура.

Классификация рекламы.

Коммуникационная оценка психологического влияния рекламы на представителей целевых групп потребителей.

Медиапланирование.

Особенности построения рекламного обращения.

Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности.

Принципы расчета эффективности рекламных программ.

Психологические аспекты рекламы в лингвистике русского языка.

Различные типы рекламных агентств, их преимущества и недостатки.

Рекламный процесс и рекламные агентства как его участники.

Сегментация и модели поведения потребителей.

Семантика цвета и аромамаркетинг.

Структура и отделы рекламы в различных организациях.

Функции и цели рекламы.

Экономическая оценка эффективности рекламы.

Этапы планирования рекламной кампании.

6. Критерии оценивания (оценки)

Критерии оценивания устного и письменного опросов

Оценка		Критерии оценивания (оценки)
Устный опрос	Письменный опрос	
Зачтено	Отлично (числовое обозначение оценки - «5»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и полно и аргументированно отвечает по содержанию вопросов; обнаруживается понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.
	Хорошо (числовое обозначение оценки - «4»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
	Удовлетворительно (числовое обозначение оценки - «3»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается знание и понимание основных положений вопросов, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки

Не зачтено	Неудовлетворительно (числовое обозначение оценки - «2»)	Оценка ставится, если обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается незнание ответов на вопросы, обучающийся допускает ошибки в формулировке определений и(или) правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.
------------	---	---

Критерии оценивания (оценки) ситуационного задания

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания (оценки)
Отлично	5	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Объяснение хода его выполнения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с правильным и свободным владением профессиональной терминологией; ответ(ы) на вопрос(ы) задания верный(ые), четкий(ие), непротиворечивые.
Хорошо	4	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Допускаются незначительные неточности. Объяснение хода его выполнения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Допускаются единичные ошибки в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания верные, непротиворечивые, но недостаточно четкие.
Удовлетворительно	3	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно правильный(ые). Объяснение хода его выполнения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания недостаточно четкие, с ошибками в деталях, противоречивые.
Неудовлетворительно	2	Обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно неправильные. Объяснение хода её решения дано неполное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования (в т.ч. лекционным материалом); ответы на дополнительные вопросы неправильные (отсутствуют).

Критерии оценивания (оценки) контрольной работы

За выполнение контрольной работы выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «Отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Критерии оценивания (оценки) экзамена

За выполнение заданий экзамена выставляется оценка по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). За выполнение заданий экзамена выставляется средняя оценка (среднее арифметическое с округлением в пользу студента) за выполнение трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Критерии оценивания (оценки) курсовой работы

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания
Отлично	5	Работа выполнена самостоятельно, имеет научно-практический характер, содержит элементы новизны и самостоятельного анализа. Обучающийся показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы. Материал излагается грамотно, логично, последовательно. Оформление отвечает требованиям написания курсовой работы. Во время защиты обучающийся показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, адекватно ответить на поставленные вопросы.
Хорошо	4	Исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер, содержит элементы новизны и самостоятельного анализа. Обучающийся показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, однако умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщения и выводы вызывают у него затруднения. Материал не всегда излагается логично, последовательно. Имеются недочеты в оформлении курсовой работы. Во время защиты обучающийся показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, однако затруднялся отвечать на поставленные вопросы.
Удовлетворительно	3	Исследование не содержит элементы новизны и самостоятельного анализа. Обучающийся не в полной мере владеет теоретическим материалом по рассматриваемой проблеме, умением анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы вызывают у него затруднения. Материал не всегда излагается логично, последовательно. Имеются недочеты в оформлении курсовой работы. Во время защиты обучающийся затрудняется в представлении результатов исследования и ответах на поставленные вопросы.
Неудовлетворительно	2	Выполнено менее половины критериев, предъявляемых к оценке «отлично», то есть работа не соответствует ни одной из иных приведенных оценок.

7. Содержание оценочных средств

Задания для текущего контроля успеваемости

Вопросы для устных опросов

История рекламы в России и мире.
 Функции и цели рекламы.
 Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности.
 Классификация рекламы.
 Виды и средства распространения рекламы.
 Использование известных образов в рекламе.
 Интернет-реклама как современная форма коммуникаций.
 Этапы планирования рекламной кампании.
 Сегментация и модели поведения потребителей.
 Медиапланирование.
 Рекламный процесс и рекламные агентства как его участники.
 Классификация рекламных агентств и их организационная структура.
 Различные типы рекламных агентств, их преимущества и недостатки.
 Структура и отделы рекламы в различных организациях.
 Психологические аспекты рекламы в лингвистике русского языка.
 Семантика цвета и аромаркетинг.
 Использование юмора в рекламе.
 Особенности построения рекламного обращения.
 Экономическая оценка эффективности рекламы.
 Коммуникационная оценка психологического влияния рекламы на представителей целевых групп потребителей.

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

- Является ли реклама частью коммуникационной деятельности фирмы?
Каковы основные функции рекламы?
Какие ставит задачи перед собой рекламная деятельность?
Чем отличается коммерческая реклама от некоммерческой?
Что явилось предпосылкой к возникновению коммерческой рекламы в России?
Что представляет собой современная реклама, и какие ее форматы оказались в лидерах в настоящее время?
При каком спросе реклама создается в соответствии с принципами конверсионного маркетинга?
В каких случаях реклама является некоммерческой?
В чем особенности телевизионной рекламы, ее достоинства и недостатки?
Какие бывают средства наружной рекламы?
Исходя из целей продвижения, определяемых стадиями жизненного цикла товара, степенью готовности основной массы потребителей к покупке, какие выделяют виды рекламы?
Какие преимущества и недостатки существуют у рекламных обращений в прессе?
Что относится к средствам дорожной рекламы?
Каков порядок согласования мест распространения рекламы на улично-дорожной сети?
Что представляет собой indoor-реклама?
На основании каких документов допускается размещение рекламы на автотранспортных средствах?
С чего начинается работа над созданием мультимедийной презентации?
Что представляет собой вид рекламы — Trade Promotion?
Каким образом достичь значительной эффективности рекламного воздействия?
Каким образом распределяются средства при планировании рекламной кампании?
Какова главная цель специалиста по медиапланированию?
В какой момент времени эффективная реклама должна демонстрировать потребителю продукт?
Перечислите этапы формирования медиаплана, какие задачи решаются на каждом из них?
В чем заключается сегментация рынка?
Каковы признаки сегментации?
Что представляет собой медиаплан рекламной кампании?
Для чего необходимо позиционирование рекламодателю?
Какие ключевые определения медиапланирования вы знаете?
Что подразумевается под планированием использования средств распространения рекламы?
На каких рынках осуществляется рекламная деятельность?
Какие отличительные черты есть у рекламодателя и рекламопроизводителя?
Кто из перечисленных относится к посредникам в продвижении рекламы: дилер рекламный; медиабайер; дистрибьютор, медиаселлер?
Что понимается под организационным механизмом рекламной деятельности?
Какая существует классификация рекламных агентств?
Чем занимаются специализированные рекламные агентства?
В какой сфере бизнеса преобладают рекламные интернет-агентства?
Множество каких факторов необходимо учитывать при выборе рекламного агентства?
Какие специалисты входят в художественный отдел рекламного агентства?
Какое воздействие является основой любой вербальной магии?
В какой области XX в. российский лингвист А. П. Журавлев начал опыты?
На что должен быть рассчитан в преддверии новых рекламных кампаний любой агитационный текст?
Может ли реклама разочаровывать и вредить?
Какими вопросами в науке занимался швейцарский психолог М. Люшер?
Какие дополнительные свойства присущи цветовой гамме от природы?
Какие впечатления передают зигзагообразные линии и формы?
Какие вы знаете используемые методы воздействия юмора в рекламе?
Неотъемлемой частью чего является рекламный лозунг?
От чего зависит стоимость каждого промежуточного исследования и почему она остается довольно высокой?
Что принято называть «контактом» в коммуникации?
Что включает в себя валовая оценка контакта с рекламой?
С какими экономическими явлениями связан показатель GRP?
В чем заключается отличие психологического эффекта от социального эффекта в определении эффективности рекламы?
Какими путями определяется эффективность психологического воздействия рекламы на потребителя?
Чем характеризуются количественные цели рекламы?
Какая методика представляет наибольший практический интерес для определения эффективности проведенных рекламных мероприятий?
Перечислите несколько основных причин низкой эффективности рекламы.

Перечислите этапы коммуникации, которые включены в процесс контроля за рекламной кампанией.