

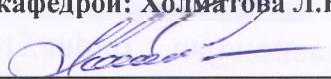
**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра философии и политологии

«УТВЕРЖДАЮ»

Зав.кафедрой: Холматова Л.Ю.



протокол № 4 от 22 ноября 2024 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«Социология массовых коммуникаций и PR»

Направление подготовки - 39.03.01 Социология

Профиль подготовки – Общая социология

Уровень подготовки - бакалавриат

Форма обучения - очная

Душанбе – 2024 г.

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Социология массовых коммуникаций и PR»**

№	Контролируемые разделы, темы	Формируемые компетенции	Индикаторы Достижения компетенции	Оценочные средства	
				Количество тестовых заданий/ вопросов зачету	Другие оценочные средства
					Вид
1	Тема. Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания	<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>ПК-2 Способен применять базовые и профессионально-профилированные знания по основам социологической теории и методам социологического исследования в проектной деятельности при формулировании целей, постановки конкретных задач и их решений</p>	<p>ИУК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.</p> <p>ИПК-2.1. Использовать базовые знания в области составления научно-исследовательских и аналитических проектов в соответствии с нормативными документами;</p>	4	Реферат, доклад Презентация тесты
2	Тема. Средства массовой коммуникации в историко-социологической перспективе: проблема медиации	<p>УК-4</p> <p>ПК-2</p>	<p>ИУК-4.1.</p> <p>ИУК-4.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном (-ых) языке (-ах);</p> <p>ИПК-2.1.</p> <p>ИПК-2.2. Реализовывает социологические проекты в области изучения социальных процессов, институтов, явлений, социальных общностей, общественного поведения и сознания под руководством специалиста более высокой квалификации;</p> <p>ИПК-2.3. Организует и осуществляет коммуникации с</p>	6	Реферат, доклад Презентация тесты

			научно-исследовательскими и/или образовательными, рекрутинговыми, информационно-аналитическими, консалтинговыми, маркетинговыми организациями для решения задач проекта под руководством специалиста более высокой квалификации		
3	Тема. Массовые коммуникации и общество: обзор базовых теоретических подходов	УК-4 ПК-2	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИУК-4.3. Соблюдает основы деловой коммуникации, нормы, правила и особенности ее осуществления в устной и письменной формах на русском и иностранном(-ых) язы-ке(-ах). ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	27	Реферат, доклад Презентация тесты
4	Тема. Массовая коммуникация как социальный институт	УК-4 ПК-2	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	9	Реферат, доклад Презентация тесты
5	Тема. Массовые коммуникации и масс-медиа в контексте публичной сферы	УК-4 ПК-2	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИУК-4.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	8	Реферат, доклад Презентация тесты
6	Тема Средства массовой коммуникации и общественное мнение реклама, связи с общественностью	УК-4 ПК-2	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИУК-4.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	9	Реферат, доклад Презентация тесты
7	Тема. Социологический анализ эффектов массовой коммуникации. Медиапотребление и медиапроизводство	УК-4 ПК-2	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИУК-4.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	11	Реферат, доклад Презентация тесты
8	Тема. Социокультурные исследования коммуникаций киберпространства и виртуальной реальности	УК-4 ПК-2	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИУК-4.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	6	Реферат, доклад Презентация тесты
9	Тема. Медиаглобализация и Интернет в контексте теорий информационного общества	УК-4 ПК-2	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИУК-4.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2.	9	Реферат, доклад Презентация тесты

			ИПК-2-3.		
10	Тема. Киберактивизм и новы медиа	УК-4	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИУК-4.3.	7	Реферат, доклад Презентация тесты
		ПК-2	ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2-3.		
11	Тема. Мобильные коммуникации и мобильное общество	УК-4	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИУК-4.3.	8	Реферат, доклад Презентация тесты
		ПК-2	ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2-3.		
12	Тема. Методика построения теоретической базы проведения полевых исследований	УК-4	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИУК-4.3.	9	Реферат, доклад Презентация Тесты
		ПК-2	ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2-3.		
13	Тема. Направления и методы исследования системы массовой коммуникации	УК-4	ИУК-4.1. ИУК-4.2. ИУК-4.3.	11	Реферат, доклад Презентация тесты
		ПК-2	ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2-3.		
			Всего:	124	

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Реферат, доклад	Реферат — это работа письменного типа, в виде выступления или доклада, которая может сопровождаться презентацией и отражает обобщенную информацию, на какую-ту тему с использованием нескольких источников.	Перечень тем рефератов, докладов
2	Презентация	Презентация – документ или комплект файлов (электронных и бумажных), задача которого – визуальное представление чего-либо. Ценность данного инструмента состоит в том, что человеку проще воспринимать информацию зрительно, когда она сопровождается иллюстрациями, фотографиями, графиками, таблицами.	Темы для презентаций
3	Тестирование	Позволяет получить оценку качества подготовки обучающихся, стандартизировать методику измерений и интерпретации результатов.	Тестовые задания

МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»

Кафедра философии и политологии

Тематика рефератов, докладов, презентаций

1. Позитивистски-ориентированное видение массовой коммуникации. (Шеннона-Уивер, Г. Лассуэлл)
2. Сравнительный анализ параметров массовой и межличностной коммуникации
3. Современные исследования изменений масс-медиа и социальных практик
4. Трансформация способов организации информации в современной культуре (А.Моль).
5. Новая система мультимедиа (М.Кастельс).

6. Дигитальная революция и «медиатизация культуры»: концепция опосредованного квазивзаимодействия (Д.Томпсон)
7. Роль медиа в изменении характера социальных коммуникаций (В.Шульц)
8. Структурно-функциональная и символическая медиация социального взаимодействия (Э.Дюркгейм, П.Сорокин).
9. Концепция передачи Р.Дебре.
10. Концепция медиации С.Ливингстоун.
11. Концептуализация предмета социологии массовой коммуникации в различных парадигмах: типология Р.Крейга.
12. Сравнение позитивистски-ориентированного и интерпретативно-ориентированного видения массовой коммуникации.
13. Понятие коммуникации в работах Р.Э. Парка.
14. Основные характеристики новости в работах представителей Чикагской школы социологии.
15. Исследования средств массовой коммуникации в работах представителей неомарксизма и Франкфуртской школы (А. Грамши, М. Хоркхаймер и Т. В. Адорно, Г. Маркузе, В. Беньямин, Л. Альтюссер, Г. Шиллер)
16. Исследования средств массовой коммуникации в работах представителей Торонтской школы (Г.Иннис, М.Маклюэн)
17. Специфика социологических исследований массового сознания и масс-медиа в нач. XX в.
18. Функции и дисфункции массовой коммуникации в структурном функционализме.
19. Три условия эффективного использования средств массовой коммуникации согласно Р. Мертону и П. Лазарсфельду.
20. Н. Луман о различении медиума и формы.
21. Институты массовой коммуникации в подходах Н. Лумана и Дж.Хоторна.
22. Что такое фрейм и как он используется при анализе изображений? (по И.Гофману)
23. Понятие «гендерный дисплей». Использование в рекламе.
24. Что такое «горячие» и «холодные» средства коммуникации? (по М.Маклюэну)
25. «Невидимая цензура» в СМИ (по П.Бурдые)
26. Символическая власть и функционирование масс-медиа (по П.Бурдые)
27. Классификация функций массовой коммуникации в подходе Д. Маккуэйла.
28. Ю. Хабермас об институционализации коммуникаций публичной сферы.
29. Явные и скрытые функции медиа.
30. Нормативные теории медиа.
31. Проблема свободы слова и государственного контроля в условиях массового распространения информации.
32. «Публичные арены» формирования, обсуждения и решения социальных проблем: общие характеристики.
33. Четыре теории прессы (Сиберт Ф. С., Шрамм У., Питерсон Т.)
34. Понятие «медиа» в подходе М. Маклюэна.
35. Свойства публичного пространства в подходе Х. Арндт.
36. Трансформация публичной сферы и массовых коммуникаций в подходе Ю. Хабермаса
37. Виртуализация публичной сферы (М. Кастельс).
38. Концепты «публичное», «приватное» по Дж. Вейнтраубу.
39. Модель «установления повестки дня» М. МакКомбса и Д. Шоу.
40. «Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман.
41. Функции средств массовой коммуникации как «четвертой власти».
42. Способы репрезентации опросов общественного мнения в СМИ.
43. Общественное мнение и актуализация социальных проблем в рекламе.
44. Концепция публичных арен (С.Хилгартнер, Ч.Л. Боск)

45. Что такое медиаглобализация, каковы ее характерные черты?
46. Основные «мифы» глобализации, распространяемые с помощью средств массовой коммуникации. Примеры действия этих мифов.
47. Социально-исторический контекст институционализации массовой коммуникации.
48. Теория массово-коммуникационных эффектов Д.МакКуэйла.
49. Эффекты массовой коммуникации: предсказуемые и непредсказуемые эффекты, краткосрочные и долгосрочные эффекты.
50. «Публичный» и «скрытый» транскрипты в социологии господства Дж. Скотта.
51. Механизм гейткипинга (Д. Уайт, П. Шумейкер и Т.Воз)
52. Теория ограниченных эффектов Дж. Клаппера.
53. «Охрана ворот» как диффузная активность (Д. ХудМас).
54. Понятие киберпространства и способы его исследования.
55. Ключевые свойства виртуальной реальности (А. Бюль).
56. Интернет и постархивное сознание (М. Ямпольский).
57. Медиаглобализация и ослабление суверенитета нации-государства (концепция М. Прайса);

Критерии оценки доклада:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если тема раскрыта в течение 5-7 минут, приводятся данные из разных источников информации, студент самостоятельно ответил на один поставленный преподавателем вопрос по материалу доклада правильно;

Оценка «хорошо» если тема раскрыта в течение 5-7 минут, приводятся данные из разных источников информации, студент не смог ответить на один поставленный преподавателем вопрос по материалу доклада;

иначе оценка «удовлетворительно»;

Оценка «неудовлетворительно», если доклад не подготовлен к указанному преподавателем семинарскому занятию.

Критерии оценки реферата:

Основная задача работы над рефератом по предмету – углубленное изучение определенной проблемы курса, получение более полной информации по какому-либо его разделу. Научно-исследовательский аспект в реферативной работе не предусматривается. При подготовке реферата необходимо использование достаточного для раскрытия темы количества источников, непосредственно относящихся к изучаемой теме (книг и публикаций периодических изданий). Работа студента над рефератом получает дифференцированную оценку преподавателя.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если при выполнении реферата студент использовал не менее 5-7 источников, реферат имеет логическую структуру, оформление соответствует техническому регламенту, содержание в полной мере раскрывает тему, работа представлена своевременно.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если при выполнении реферата студент использовал не менее 4-5 источников, реферат имеет логическую структуру, имеются технические погрешности при оформлении работы, содержание в целом раскрывает тему, работа представлена своевременно.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если при выполнении реферата студент использовал менее 4-5 источников, реферат не имеет четкой логической структуры, имеются технические погрешности при оформлении работы, содержание не в полной мере раскрывает тему, работа не представлена в установленные сроки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если при выполнении работы использованы 1-2 источника, нет плана, отражающего структуру работы, содержание не соответствует теме.

Критерии оценки презентации:

Оправданность использование графических и анимационных элементов:

- Читаемость слайдов;

- Контраст фон-текст;
- Не загруженность слайдов;
- Использованный шрифт (д.б. без засечек, не злоупотреблять прописным, не мелкий).

Оценка стиля оформления:

- Соблюдение единого стиля оформления;
- Избегание стилей, которые отвлекают от самой презентации;
- Использование на одном слайде не более 3-х цветов;
- Использование разных типов слайдов по необходимости: текстовые, изображения, схемы.

Соблюдение принципов оформления:

- Лаконичности - размещение на слайде только необходимых, существенных информационных объектов в сжатом виде с сохранением максимальной информативности;
- Структурности - оформление структуры информационного объекта в четкой, легко запоминающейся форме, отражающей его характер;
- Обобщения - графические информационные объекты следует не дробить излишне, исключать из них элементы, обозначающие несущественные детали;
- Унификации - оформление информационных объектов в едином графическом и цветовом решении в пределах всей презентации.

Оценка содержания информации:

- Текст носит тезисный характер;
- Используются короткие слова и предложения;
- Минимизировано количество предлогов, наречий, прилагательных;
- Заголовки привлекают внимание аудитории;
- Информация соответствует достоверным источникам;
- Обращение к источникам;
- Логика построения презентации;
- Яркий финал;
- Язык понятен аудитории;
- Техническая чистота (форматирование текста, отсутствие графических, стилистических, грамматических ошибок).

Критерии оценки защиты проекта:

- Умение раскрыть тему;
- Форма представления (творческий подход);
- Умение отвечать на вопросы: лаконичность и аргументированность;
- Соответствие регламенту (10 минут).

Оценка «зачет» выставляется обучающемуся, если:

- даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи;
- в ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов;
- ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности;
- показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

Оценка «незачет» выставляется обучающемуся, если не выполнены требования, соответствующие оценке «удовлетворительно».

Качество ответов студентов и выполнение заданий оценивается: «зачтено» и «не зачтено».

Примерный тест по курсу «Социология массовых коммуникаций и PR»

1. Массовая коммуникация – это:
 - а) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории;
 - б) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, кино и др.;
 - в) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовно-практической (образование, воспитание, управление) деятельности.
2. Социологическое изучение массовой коммуникации началось:
 - а) в последней трети XIX в.;
 - б) в 1920-е гг.;
 - в) в 1960-е гг.
3. Наиболее активно в современных условиях развиваются функции СМИ:
 - а) информационные, развлекательные, а также те, которые обеспечивают художественные и рекламные коммуникации;
 - б) аналитические, объективно отражающие условия жизни общества и помогающие личности, различным группам населения вырабатывать адекватное отношение к актуальным общественным явлениям;
 - в) актуализации функций в современных условиях не происходит, они остались прежними.
4. Организационно-технические комплексы, позволяющие осуществлять быструю передачу и массовое тиражирование больших объемов словесной, образной, музыкальной информации, это:
 - а) интернет-СМИ;
 - б) информационные агентства;
 - в) СМИ.
5. Назовите модели коммуникации:
 - а) «Формула Лассуэлла»;
 - б) модель М. Маклюэна;
 - в) модель Шеннона-Уивера;
 - г) модель Осгуда-Шрамма;
 - д) модель Ю. Хабермаса.
6. Теория двухступенчатой модели коммуникации предложена:
 - а) П. Лазарсфельдом;
 - б) Г. Лассуэллом;
 - в) Н. Луманом.
7. Понятие «спираль молчания» разработано:
 - а) Г. Лассуэллом;
 - б) М. Маклюэном;
 - в) Э. Ноэль-Нойман.
8. Политическая коммуникация – это:
 - а) деятельность по формированию политики;
 - б) общение, информационное взаимодействие посредством СМИ между субъектами политической деятельности по поводу их совместных действий;
 - в) деятельность по реализации политики.
9. Пропаганду характеризуют определения:
 - а) односторонняя коммуникация, убеждение с целью достижения взаимопонимания и налаживания конструктивного сотрудничества;

- б) односторонняя коммуникация, информационное давление с целью навязывания общественности требуемой точки зрения;
 - в) двусторонняя коммуникация, учет реакции общественности на сообщение.
10. Целевой аудиторией СМИ называется:
- а) группа людей, объединенных единой целью;
 - б) совокупность людей, к которым обращаются СМИ и которые воспринимают обращенную к ним информацию;
 - в) группа людей, которым товары или услуги, рекламируемые в СМИ, предоставляются бесплатно в качестве рекламы
11. Мониторингом СМИ называется:
- а) отслеживание сообщений СМИ во время проведения PR-мероприятия;
 - б) проверка гипотез о причинно-следственных связях;
 - в) компьютерный анализ эффективности PR-мероприятия.
12. Пресс-релиз – это:
- а) аналитический отчет по материалам, опубликованным в прессе;
 - б) информационное сообщение для публикации в прессе;
 - в) список представителей прессы, приглашенных на пресс-конференцию.
13. Пресс-кит – это:
- а) номинация в конкурсе на звание лучшего журналиста года;
 - б) аккредитационная карточка журналиста;
 - в) папка с фотографиями, пресс-релизом, бэкграундом.
14. Методика систематического количественного описания содержания коммуникации, частотный анализ единиц текста называется:
- а) факторным анализом;
 - б) контент-анализом;
 - в) квантификацией.
15. Изучаемая часть объектов генеральной совокупности, выбранная таким образом, что в ней воспроизводятся признаки и характеристики целого, – это:
- а) выборка;
 - б) квантификация;
 - в) корреляция.
16. Первичной информацией называется:
- а) информация, которая только что опубликована в СМИ;
 - б) информация, которая выявляется в процессе наблюдения и опроса;
 - в) опрос, проводимый в специально оборудованных кабинетах.
17. Открытый вопрос в анкете – это:
- а) вопрос, при обсуждении которого анкетированные не пришли к единому мнению;
 - б) вопрос, предусматривающий все возможные варианты ответов;
 - в) вопрос, не содержащий готовых вариантов ответов.
18. Люди, которые проводят у телевизионных экранов все свободное время, в результате чего у них формируется некритическое отношение к получаемой информации, называются:
- а) реципиентами;
 - б) легкими зрителями;
 - в) тяжелыми зрителями.
19. Методом манипулятивного воздействия на подсознание людей при помощи особых форм внушения, которые создают достаточно прочные психологические установки, побуждающие впоследствии к вполне определенным действиям, является:
- а) агитация;
 - б) пропаганда;
 - в) нейролингвистическое программирование.

20. Процент аудитории целевой группы, охваченной телепрограммой, печатным изданием, радиостанцией, интернет-ресурсом в данный момент времени, называется:
- а) долей;
 - б) рейтингом;
 - в) индексом рейтинга.
21. В обществе массовая коммуникация выполняет следующие наиболее значимые функции:
- а) наблюдения за окружающим миром;
 - б) конструктивную;
 - в) развлечения массовой аудитории;
 - г) гносеологическую;
 - д) экономическую.
22. Дайте определение коммуникации:
- а) коммуникация – это информационная связь;
 - б) коммуникация – это взаимодействие различных приемных и передающих устройств;
 - в) коммуникация – это процесс взаимодействия и способ общения, позволяющий создавать, передавать и принимать разнообразную информацию;
 - г) коммуникация – это СМК и СМИ.
23. К элементам процесса коммуникации относятся:
- а) коммуникатор-источник (коммуникант);
 - б) код;
 - в) каналы коммуникации;
 - г) воздушное пространство;
 - д) коммуникатор-реципиент.
24. Социология массовой коммуникации изучает:
- а) процессы функционирования и развития средств массовой коммуникации, социальную обусловленность и последствия их деятельности;
 - б) общество в целом со всеми его законами развития и функционирования;
 - в) специфику общества и социальных отношений.
25. Социология массовой коммуникации относится:
- а) к фундаментальным, общесоциологическим теориям;
 - б) к специальным (частным) социологическим теориям (или «теориям среднего уровня»);
 - в) к конкретным (эмпирическим) социологическим исследованиям.
26. Отечественными представителями социологии массовой коммуникации являются:
- а) Т. М. Дридзе;
 - б) Б. А. Грушин;
 - в) В. В. Демидов;
 - д) В. А. Ядов.
27. Массовая коммуникация является:
- а) одним из важнейших социальных институтов современного общества;
 - б) подсистемой социального института общества;
 - в) структурным элементом социального института современного общества.
28. В зарубежной литературе в качестве основных функций массовой коммуникации называют:
- а) информирование;
 - б) анализ происходящих событий, объективно отражающий условия жизни общества;
 - в) образование;
 - г) развлечение массовой аудитории.
29. Функции медиа в виде метафор выразил:
- а) Д. Вивиан;
 - б) Д. Мак-Куэйл;
 - в) Б. Берельсон.

30. К психологическим функциям массовой коммуникации относятся:

- а) функция самоутверждения и познания;
- б) функция социальной потребности;
- в) утилитарная функция.

31. Новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главные продукты производства информация и знания, – это:

- а) информационная инфраструктура;
- б) информационное общество;
- в) информационная культура.

32. Отличительными чертами информационного общества являются:

- а) доступность необходимой информации для всех его членов;
- б) способность общества поддерживать информационный обмен;
- в) обеспеченность всех граждан средствами доступа к информации.

33. Первую информационную революцию отечественный ученый А. И.Ракитов связывает с появлением и распространением:

- а) письменности;
- б) книгопечатания
- с) языка.

34. Интернет по сравнению с традиционными СМИ выигрывает по целому ряду моментов, к которым относятся:

- а) мультимедийность;
- б) интерактивность;
- в) синхронизация.

Критерии оценки

Высшим баллом «отлично» (зачтено) аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос.

Оценка «хорошо» (зачтено) ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено) ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками,

овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы

МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»
Кафедра _____ философии и политологии

Вопросы итогового контроля по дисциплине

Вопросы к зачету:

1. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания.
2. Становление и развитие социологии массовой коммуникации как науки.
3. Основные теории массовой коммуникации.
4. Массовая коммуникация как социальный институт.
5. Функции массовой коммуникации.
6. Массовая коммуникация в информационном обществе.
7. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства.
8. Типологизация СМИ.
9. Реклама в средствах массовой коммуникации.
10. PR-деятельность в пространстве массовой коммуникации.
11. Исторические аспекты формирования методологии изучения аудитории МК.
12. Направления социологических исследований аудитории МК.
13. Основные методы изучения аудитории МК. Общая характеристика.
14. Основные методы изучения аудитории МК. Опрос.
15. Основные методы изучения аудитории МК. Измерение.
16. Основные методы изучения аудитории МК. Метод экспертных оценок.
17. Основные методы изучения аудитории МК. Наблюдение.
18. Основные методы изучения аудитории МК. Эксперимент.
19. Основные методы изучения аудитории МК. Математико-статистические методы.
20. Основные методы изучения аудитории МК. Контент-анализ.
21. Технология проведения социологического исследования аудитории МК.
22. Социальная роль массовой коммуникации.
23. Социальные функции МК. Функция присвоения статуса.
24. Социальные функции МК. Укрепление социальных норм.
25. Социальные функции МК. Функция дисфункционального воздействия.
26. Социальные функции МК. Усиление социального конформизма.
27. Социальные функции МК. Влияние на массовые вкусы.
28. Социальные воздействия массовой коммуникации.
29. Пропаганда социальных целей.
30. Эффекты массовой коммуникации.
31. Факторы, влияющие на эффективность восприятия информации.
32. Общественное мнение и общественное сознание в социологии массовой коммуникации.
33. Общественное мнение как объект PR-деятельности

Критерии оценки

Высшим баллом «отлично» (зачтено) аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические

задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос.

Оценка «хорошо» (зачтено) ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено) ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками, овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы

Разработчик: к.филос.н., доцент Холматова Л.Ю. _____

« ____ » _____ 2024 г.