



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФГБОУ ВО «ИГУ»

Факультет бизнес-коммуникаций и информатики

Кафедра рекламы и связей с общественностью

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине Б1.О.28 Психология массовых коммуникаций

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью

Одобен
УМК факультета бизнес-коммуникаций
и информатики

Разработан в соответствии с ФГОС ВО

с учетом требований проф. стандарта

Председатель УМК

М.Г. Синчурина
ФИО, должность, ученая степень, звание

подпись, печать

Разработчики:



преподаватель
(занимаемая должность)

Е.С. Кыштымова
(инициалы, фамилия)

Цель фонда оценочных средств. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Б1.О.28 Психология массовых коммуникаций». Перечень видов оценочных средств соответствует рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего контроля (в следующих формах: тест, конспект лекций, доклад/презентация, практическое задание, глоссарий по предмету, устный опрос, деловая игра, проект, эссе, контрольная работа) и промежуточной аттестации в форме вопросов и заданий к экзамену.

Структура и содержание заданий – задания разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «Б1.О.28 Психология массовых коммуникаций».

1. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
	ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций

№ п/п	Раздел, тема	Код индикатора компетенции	Наименование ОС	
			ТК	ПА
1	Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций.	ОПК-7.1, ОПК-7.2	Тест, КЛ, Д, Пз	Тест, Гл
2	Психические процессы и способы их активизации в медиаопосредствованной коммуникации	ОПК-7.1, ОПК-7.2	Тест, Пз, КЛ, Д	Тест, УО
3	Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций	ОПК-7.1, ОПК-7.2	Тест, УО, Деловая игра, Пз, Проект	Тест, КЛ
4	Культурная обусловленность медиакommunikаций	ОПК-7.1, ОПК-7.2	Тест, Пз, Эссе	Тест, УО
5	Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов	ОПК-7.1, ОПК-7.2	Тест, Пз, Д	Тест, КЛ

№ п/п	Раздел, тема	Код индикатора компетенции	Наименование ОС	
			ТК	ПА
6	Психологическая экспертиза продукции массовых коммуникаций	ОПК-7.1, ОПК-7.2	Тест, КР, Пз	Тест, Проект

2.2. Критерии оценивания результатов обучения для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Тест	Студентом даны правильные ответы на 91-100% заданий	Отлично
	Студентом даны правильные ответы на 81-90% заданий	Хорошо
	Студентом даны правильные ответы на 71-80% заданий	Удовлетворительно
	Студентом даны правильные ответы менее чем на 70% заданий	Неудовлетворительно
Конспект лекций	Все темы, предложенные для конспектирования были проработаны обучающимся, прочитан материал источников, выбрано главное и второстепенное, установлена логическая связь между элементами темы, выделены ключевые слова и понятия, конспект написан лаконично с применением системы условных сокращений	Отлично
	Все темы, предложенные для конспектирования были проработаны обучающимся, прочитан материал источников, выбрано главное и второстепенное, установлена логическая связь между элементами темы, выделены ключевые слова и понятия, конспект написан лаконично с применением системы условных сокращений	Хорошо
	Текст конспекта оформлен аккуратно, обучающимся выбрано главное и второстепенное, выделены ключевые слова и понятия	Удовлетворительно
	Текст конспекта не соответствует теме или не отражает ключевых положений изучаемой темы	Неудовлетворительно
Доклад/презентация	Обучающийся демонстрирует исчерпывающее знание материала и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом на сопутствующие вопросы	Отлично
	Обучающийся демонстрирует знание материала, не допускает существенных неточностей. Ответы на дополнительные вопросы в целом верные, но содержащие отдельные пробелы	Хорошо
	Обучающийся демонстрирует знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности как в докладе, так и в ответах на вопросы	Удовлетворительно
	Обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале, допускает существенные ошибки, выступает неуверенно, с большими затруднениями	Неудовлетворительно
Практическое задание	Задание выполнено верно. Выбран оптимальный путь решения. Присутствует развернутое описание алгоритма решения	Отлично
	Задание выполнено верно. Допущены негрубые логические ошибки при описании алгоритма решения. Отсутствуют пояснения к решению задания	Хорошо
	Ход решения задания верный, но допущены ошибки приведшие к неправильному ответу	Удовлетворительно
	В работе получен неверный ответ, связанный с грубыми ошибками допущенными в ходе решения, либо решение отсутствует полностью	Неудовлетворительно

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Глоссарий по предмету	В результате работы студента представлены основные соответствующие термины. Присутствует многоаспектность интерпретации терминов и конкретизация их трактовки в соответствии со спецификой изучения дисциплины. Оформление результатов соответствует требованиям и представлено в срок	Отлично
	Студентом проработан материал источников, выбраны главные термины, непонятные слова, подобраны и записаны основные определения или расшифровка понятий, критически осмыслены подобранные определения и предпринята попытка их модифицировать, работа оформлена и представлена в срок	Хорошо
	Студентом проработан материал источников, выбраны главные термины, непонятные слова, работа оформлена и представлена в срок	Удовлетворительно
	Студентом не был проработан материал источников, выбраны не все главные термины (в малом количестве), работа не оформлена и/или представлена не в срок	Неудовлетворительно
Устный опрос	Ответ соответствует поставленной теме и содержит ответы на поставленные задачи, имеет четкую структуру, логически сопоставляемую с поставленными вопросами. Ответ демонстрирует способность анализировать и обобщать информацию, опираясь на знания, полученные в ходе изучения темы, а также демонстрировать самостоятельность автора в решении поставленных задач. Ответ содержит качественную речь и аргументацию, которая убедительно подтверждает выводы и ответы на поставленные вопросы	Отлично
	Ответ должен быть направлен на ответ на поставленные вопросы и соответствовать поставленной теме, иметь логическую цепочку рассуждений и четко демонстрировать связь между поставленными вопросами. Ответ выдержан в четкой форме, быть грамотно и без ошибок озвучен, выделены ключевые термины. Ответ должен демонстрировать способность анализировать и критически оценивать информацию, выбирая ключевые аспекты и выделяя главные выводы	Хорошо
	Ответ должен соответствовать поставленной теме и содержать ответы на поставленные вопросы, должен содержать существенную информацию, ясно передавать ответы и идеи. Ответ должен содержать достаточное количество аргументов и примеров, связанных с темой работы и позволяющих изложить свою точку зрения. Ответ должен быть грамотно сформулирован	Удовлетворительно
	Ответ не соответствует поставленной теме или не содержит ответов на поставленные задачи, содержит недостаточно аргументации и примеров, которые подтверждают высказанные в ответе идеи и выводы. Ответ не соответствует логической цепочке рассуждений и не выполняет требования логической последовательности высказывания, затрудняющей понимание ответа. Ответ содержит грубые ошибки, что затрудняет понимание высказывания	Неудовлетворительно

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Деловая игра	Студентами демонстрируется высокое качество анализа вариантов аргументов. Высокий уровень защиты избранного варианта: основные положения излагаются четко и корректно, точка зрения аргументирована, ответы на вопросы оппонентов полные и развернутые. Регламент точно соблюден. Дискуссия ведется умело. Активное участие в команде как оппонента при обсуждении вариантов других команд. Активная работа в команде во время групповой работы	Отлично
	Студентами представлен анализ вариантов аргументов. Защита избранного варианта: основные положения излагаются не четко и не корректно, точка зрения не аргументирована, ответы на вопросы оппонентов не полные и не развернутые. Регламент не соблюден. Студентами демонстрируется попытка участия в дискуссии. Демонстрируется попытка участия в команде как оппонента при обсуждении вариантов других команд. Демонстрируется работа в команде во время групповой работы	Хорошо
	Студентами представлены варианты аргументов. Защита избранного варианта: основные положения излагаются не четко и не корректно, точка зрения не аргументирована, ответы не на вопросы оппонентов. Регламент не соблюден. Студенты не участвуют в дискуссии. Не участвует в команде как оппонент при обсуждении вариантов других команд. Демонстрируется работа в команде во время групповой работы	Удовлетворительно
	Студентами не представлены варианты аргументов. Защита избранного варианта: основные положения не излагаются, точка зрения не аргументирована, не отвечают на вопросы оппонентов. Регламент не соблюден. Студенты не участвуют в дискуссии. Не участвует в команде как оппонент при обсуждении вариантов других команд. Не участвует в работе команды во время групповой работы	Неудовлетворительно

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Проект	Проект студентом завершён в полном объеме. Для естественнонаучного проекта представлена работоспособная практическая часть, правильно выполнены и обоснованы необходимые расчёты. Реализация практической части проекта соответствует техническому заданию или заданию преподавателя. В проекте обозначена актуальность выбора темы с опорой на анализ предметной области. Студент способен сформулировать и обосновать практическую значимость своей работы. Подготовлена презентация результатов работы. Студент ориентируется во всех этапах разработки проекта, уверенно отвечает на вопросы аудитории. Способен аргументированно обосновать концепцию проекта и выбор инструментов для разработки проекта. Студент способен выделить достоинства и недостатки своей работы и предложить способы устранения недостатков	Отлично
	Проект студентом в целом завершён. Выполнены ключевые задачи. Для естественнонаучного проекта практическая часть в целом работоспособна, но есть мелкие неустранённые недостатки, необходимые расчеты в целом выполнены верно, но есть небольшие замечания. Реализация проекта в целом соответствует техническому заданию или заданию преподавателя. В проекте обозначена, но недостаточно обоснована актуальность темы. Практическая значимость работы просматривается, студент в целом может её сформулировать. Подготовлена презентация результатов работы. Студент ориентируется в этапах разработки проекта, но отвечает не на все вопросы аудитории. Способен обосновать выбор инструментов для реализации проекта. Студент способен выделить достоинства и недостатки своей работы, но не может предложить способы устранения последних	Хорошо
	Проект студентом завершён только в основных пунктах задания. Выполнены только ключевые задачи с недостатками. Для естественнонаучного проекта практическая часть работоспособна не вполне, есть существенные неустранённые недостатки, необходимые расчеты выполнены с ошибками. Реализация проекта частично соответствует техническому заданию или заданию преподавателя. В проекте обозначена, но не обоснована актуальность темы. Практическая значимость работы сформулирована слабо. Подготовлена презентация результатов работы. Студент слабо ориентируется в этапах разработки проекта, отвечает только на некоторые вопросы аудитории. Плохо обосновывает выбор инструментов для реализации проекта. Студент способен выделить достоинства и недостатки своей работы после серии наводящих вопросов, но не может предложить способы устранения недостатков	Удовлетворительно
	Проект студентом не завершён. Неполностью выполнены или не выполнены совсем ключевые задачи. Для естественнонаучного проекта практическая часть не работоспособна или не начата, есть существенные неустранённые недостатки, необходимые расчеты выполнены с грубыми ошибками. Реализация проекта не соответствует техническому заданию или заданию преподавателя. В проекте необозначена, и не обоснована актуальность темы. Практическая значимость работы не сформулирована. Плохо подготовлена презентация результатов работы. Студент почти не ориентируется в этапах разработки проекта, не отвечает на вопросы аудитории. Плохо обосновывается выбор инструментов для реализации проекта. Студент не способен выделить достоинства и недостатки своей работы даже после серии наводящих вопросов	Неудовлетворительно

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Эссе	Результаты работы написаны в соответствии со структурой анализируемой теории, при написании использованы дополнительные источники. Студент демонстрирует глубокое знание темы, сформулировал и обосновал собственную точку зрения на проблемы. Результат логически выстроен, стилистически грамотно описан	Отлично
	Результаты работы написаны в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал недостаточно полное владение темой, в формулировке собственной точки зрения присутствуют отдельные недостатки. Результат логически выстроен, стилистически грамотно описан	Хорошо
	Присутствует нарушение структуры в представленных результатах работы. Студент демонстрирует поверхностное знание и понимание темы; не сформулировал собственную точку зрения. Результат работы содержит стилистические и орфографические ошибки	Удовлетворительно
	Описанный результат работы не раскрывает содержание проблемы и/или является плагиатом	Неудовлетворительно
Контрольная работа	Задание по работе выполнено в полном объеме. Студент точно ответил на контрольные вопросы, свободно ориентируется в предложенном решении. Решения оформлены аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями	Отлично
	Задание по работе выполнено в полном объеме. Студент ответил на теоретические вопросы, испытывая небольшие затруднения. Качество оформления результатов работы не полностью соответствует требованиям	Хорошо
	Студент правильно выполнил задание к работе. Написал решения задач в установленной форме, представил решения большинства заданий, предусмотренных в работе. Студент не может полностью объяснить полученные результаты	Удовлетворительно
	Студент не выполнил все задания работы и не может объяснить полученные результаты	Неудовлетворительно

2.3. Оценочные средства для текущего контроля (примеры)

2.3.1. Материалы для компьютерного тестирования обучающихся

Общие критерии оценивания

Процент правильных ответов	Оценка
91% – 100%	5 (отлично)
81% – 90%	4 (хорошо)
71% – 80%	3 (удовлетворительно)
Менее 70%	2 (неудовлетворительно)

Соответствие вопросов теста индикаторам формируемых и оцениваемых компетенций

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
1	ОПК-7.1, ОПК-7.2
2	ОПК-7.1, ОПК-7.2
3	ОПК-7.1, ОПК-7.2
4	ОПК-7.1, ОПК-7.2
5	ОПК-7.1, ОПК-7.2
6	ОПК-7.1, ОПК-7.2
7	ОПК-7.1, ОПК-7.2

Ключ ответов

№ вопроса в тесте	Номер ответа (или ответ, или соответствие)
1	a, d, e, f
2	a
3	b
4	1c, 2b, 3a, 4d, 5e
5	a
6	b
7	1c, 2b, 3a

Перечень тестовых вопросов

№ 1. Задание с множественным выбором. Выберите 4 правильных ответа.

Выделите компоненты культуры

- a. символы
- b. мировоззрение
- c. онтология
- d. система ценностей
- e. герои
- f. ритуалы

№ 2. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Основные цели экспертизы рекламы

- a. определение психологической безопасности, определение степени актуализации потребительской мотивации
- b. определение степени соответствия законодательным актам, определение степени соответствия стандартам качества
- c. определение эстетического воздействия, определение творческой составляющей

№ 3. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Пирамиде потребностей А.Маслоу соответствует

- a. витальные – в любви – в безопасности – в уважении – в самовыражении
- b. витальные – потребность в безопасности – в любви – в уважении – в самовыражении
- c. витальные – в безопасности – в уважении – в любви – в самовыражении

№ 4. Задание на последовательность. Расположите в правильном порядке.

Воссоздайте алгоритм введения архетипа (последовательность - первый шаг, второй и т.д.)

- a. Определить архетип адекватный теме и эмоциям
- b. Сформулировать чувства, настроение, ассоциации, которые нужно вызвать у аудитории
- c. Определиться с темой (с идеей)
- d. Выбрать стилевую репрезентацию (рисунок, фото, видеоряд);
- e. Продумать композиционную канву изложения и насытить ее архетипическим рядом.

№ 5. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Состояние сложных социальных систем, обеспечивающих и гарантирующих сохранение их в целостности, устойчивого динамического развития, эффективного функционирования, а так же тех объективных условий, которые этому сопутствуют - это

- a. безопасность
- b. огруппление мышления
- c. субъективная опасность
- d. моральное давление
- e. психологическая угроза

№ 6. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что из ниже перечисленного НЕ является социально-психологической функцией массовой коммуникации

- a. функция социальной ориентировки и участия индивида в формировании общественного мнения
- b. функция социального подчинения
- c. функция аффилиации, социальной идентификации
- d. функция поддержания осведомленности массовой аудитории о происходящих в обществе событиях

№ 7. Задание на соответствие. Соотнесите элементы двух списков.

Установите соответствие

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. когнитивный компонент | a. готовность к реальному поведению |
| 2. аффективный компонент | b. отношение человека к рекламе, реклама вызывает у человека к себе положительное/отрицательное эмоциональное отношение, чувства человека, эмоции по поводу увиденного/услышанного |
| 3. конатативный компонент | c. как рекламное сообщение воспринимается, насколько хорошо запоминается ее содержание, насколько привлекает внимание; оригинальность |

2.3.2. Конспекты лекций для оценки компетенции «ОПК-7.1»

№ 1. Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций. Массовая коммуникация: определение, цели, задачи; Структура и функции массовых коммуникаций; Роль массовых коммуникаций в обществе.

Конспект лекций:

Массовая коммуникация: определение, цели, задачи

Структура и функции массовых коммуникаций

Роль массовых коммуникаций в обществе

№ 2. Конспект лекций.

Подготовка и обсуждения небольших докладов по темам: «Психические процессы в массовых коммуникациях», "Ощущение" , "Восприятие", "Внимание", "Память", "Мышление", "Эмоции", "Воображение", "Психические процессы в условиях рекламных коммуникаций"

2.3.3. Конспекты лекций для оценки компетенции «ОПК-7.2»

№ 3. Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций. Массовая коммуникация: определение, цели, задачи; Структура и функции массовых комму-

никаций; Роль массовых коммуникаций в обществе.

Конспект лекций:

Массовая коммуникация: определение, цели, задачи

Структура и функции массовых коммуникаций

Роль массовых коммуникаций в обществе

№ 4. Конспект лекций.

Подготовка и обсуждения небольших докладов по темам: «Психические процессы в массовых коммуникациях», "Ощущение" , "Восприятие", "Внимание", "Память", "Мышление", "Эмоции", "Воображение", "Психические процессы в условиях рекламных коммуникаций"

2.3.4. Практические задания для оценки компетенции «ОПК-7.1»

№ 5. Подготовка таблицы по механизмам и методам воздействия (например механизм убеждение - методы: аргументирование, сравнение, убедительные доводы, графики).

Подготовка таблицы по механизмам и методам воздействия (например механизм убеждение - методы: аргументирование, сравнение, убедительные доводы, графики).

№ 6. Подберите пакет диагностических методик и проведите психотехнический анализ выбранных рекламных текстов с точки зрения 1) их психологической безопасности, 2) прагматической эффективности. Интерпретируйте результаты диагностики, напишите экспертное заключение.

Подберите пакет диагностических методик и проведите психотехнический анализ выбранных рекламных текстов с точки зрения 1) их психологической безопасности, 2) прагматической эффективности. Интерпретируйте результаты диагностики, напишите экспертное заключение.

2.3.5. Практические задания для оценки компетенции «ОПК-7.2»

№ 7. Подготовка таблицы по механизмам и методам воздействия (например механизм убеждение - методы: аргументирование, сравнение, убедительные доводы, графики).

Подготовка таблицы по механизмам и методам воздействия (например механизм убеждение - методы: аргументирование, сравнение, убедительные доводы, графики).

№ 8. Подберите пакет диагностических методик и проведите психотехнический анализ выбранных рекламных текстов с точки зрения 1) их психологической безопасности, 2) прагматической эффективности. Интерпретируйте результаты диагностики, напишите экспертное заключение.

Подберите пакет диагностических методик и проведите психотехнический анализ выбранных рекламных текстов с точки зрения 1) их психологической безопасности, 2) прагматической эффективности. Интерпретируйте результаты диагностики, напишите экспертное заключение.

2.3.6. Эссе для оценки компетенции «ОПК-7.1»

№ 9. Эссе "Культурная обусловленность текстов массовой коммуникации".

1. Напишите эссе (600-800 слов) на тему "Как культурные различия влияют на восприятие и функционирование медиакommunikаций в разных странах". Приведите примеры из разных культурных контекстов (например, США, Япония, Россия и т.д.), продемонстрировав, как медиатексты адаптируются и воспринимаются в зависимости от культурных норм и ценностей.

2. Кейс-стади: проанализируйте конкретный медиапроект (это может быть реклама,

новостной сюжет, фильм или даже кампания в социальных сетях), популярный в одной культурной среде, но непринятый или адаптированный для другой. Оцените, что и как было изменено для соответствия культурным особенностям.

3. Групповая дискуссия: студенты делятся своими выводами из эссе и кейс-стадий. Обсуждение, какие культурные факторы оказались наиболее значимыми, и как их учёт может способствовать более эффективной коммуникации.

2.3.7. Эссе для оценки компетенции «ОПК-7.2»

№ 10. Эссе "Культурная обусловленность текстов массовой коммуникации".

1. Напишите эссе (600-800 слов) на тему "Как культурные различия влияют на восприятие и функционирование медиакommunikаций в разных странах". Приведите примеры из разных культурных контекстов (например, США, Япония, Россия и т.д.), продемонстрировав, как медиатексты адаптируются и воспринимаются в зависимости от культурных норм и ценностей.

2. Кейс-стади: проанализируйте конкретный медиапроект (это может быть реклама, новостной сюжет, фильм или даже кампания в социальных сетях), популярный в одной культурной среде, но непринятый или адаптированный для другой. Оцените, что и как было изменено для соответствия культурным особенностям.

3. Групповая дискуссия: студенты делятся своими выводами из эссе и кейс-стадий. Обсуждение, какие культурные факторы оказались наиболее значимыми, и как их учёт может способствовать более эффективной коммуникации.

2.3.8. Доклады/презентации для оценки компетенции «ОПК-7.1»

№ 11. На основе работы И. Канта сформулировать свой личный «категорический императив рекламиста» (моральный закон, принцип нравственности профессиональной деятельности).

1. Изучите основные положения категорического императива И. Канта.
2. Переосмыслите эти положения в контексте рекламной деятельности.
3. Сформулируйте свой личный «категорический императив рекламиста», который вы будете применять в своей профессиональной практике.

Требования:

- Кратко и ясно изложите свое понимание категорического императива Канта.
 - Покажите, как эти философские принципы могут быть адаптированы к сфере рекламы.
 - Объясните, почему выбранный принцип соответствует высоким стандартам профессиональной и моральной ответственности в рекламной деятельности.
- Проведение научной дискуссии о профессиональной этике будущего специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

2.3.9. Доклады/презентации для оценки компетенции «ОПК-7.2»

№ 12. На основе работы И. Канта сформулировать свой личный «категорический императив рекламиста» (моральный закон, принцип нравственности профессиональной деятельности).

1. Изучите основные положения категорического императива И. Канта.
2. Переосмыслите эти положения в контексте рекламной деятельности.
3. Сформулируйте свой личный «категорический императив рекламиста», который вы будете применять в своей профессиональной практике.

Требования:

- Кратко и ясно изложите свое понимание категорического императива Канта.

- Покажите, как эти философские принципы могут быть адаптированы к сфере рекламы.
 - Объясните, почему выбранный принцип соответствует высоким стандартам профессиональной и моральной ответственности в рекламной деятельности.
- Проведение научной дискуссии о профессиональной этике будущего специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

3. Промежуточная аттестация

3.1. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности

Экзамен является заключительным этапом процесса формирования компетенций обучающегося при изучении дисциплины и имеет целью проверку и оценку знаний обучающегося по теории, и применению полученных знаний, умений и навыков при решении практических задач.

Экзамен проводится по расписанию, сформированному учебно-методическим управлением, в сроки, предусмотренные календарным учебным графиком. Экзамен принимается преподавателем, ведущим лекционные занятия.

Экзамен проводится только при предъявлении обучающимся зачетной книжки и при условии выполнения всех контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины. Обучающимся на экзамене представляется право выбрать один из билетов. Время подготовки к ответу составляет 30 минут. По истечении установленного времени обучающийся должен ответить на вопросы экзаменационного билета. Результаты экзамена оцениваются по четырехбалльной системе и заносятся в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку. В зачетную книжку заносятся только положительные оценки. Подписанный преподавателем экземпляр ведомости сдается не позднее следующего дня в деканат.

В случае неявки обучающегося на экзамен в зачетно-экзаменационную ведомость делается отметка «не явка». Обучающиеся, не прошедшие промежуточную аттестацию по дисциплине, должны ликвидировать академическую задолженность в установленном локальными нормативными актами порядке.

3.2. Вопросы к экзамену

№	Вопрос	Код компетенции
1.	Основные понятия и характеристики массовой коммуникации	ОПК-7.1, ОПК-7.2
2.	Научные парадигмы, значимые для психологии массовых коммуникаций	ОПК-7.1, ОПК-7.2
3.	Психоанализ и его вклад в теорию массовых коммуникаций	ОПК-7.1, ОПК-7.2
4.	Архетипы и их роль в рекламе.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
5.	Основные приемы привлечения внимания	ОПК-7.1, ОПК-7.2
6.	Потребности и мотивы. И роль при принятии решения потребителем	ОПК-7.1, ОПК-7.2
7.	Психические процессы и способы их активизации в массовых коммуникация	ОПК-7.1, ОПК-7.2
8.	Значение эмоций в коммуникативных процессах	ОПК-7.1, ОПК-7.2
9.	Значение цветовых образов в массовых коммуникациях	ОПК-7.1, ОПК-7.2
10.	Методы манипуляции в процессах коммуникации. Внушение.	ОПК-7.1, ОПК-7.2

№	Вопрос	Код компетенции
11.	Методы манипуляции в рекламе. Стереотипизация. «25 кадр» (как пример некритического переноса неverifiedируемых представлений в практическую деятельность).	ОПК-7.1, ОПК-7.2
12.	Массовая коммуникация как средство убеждения	ОПК-7.1, ОПК-7.2
13.	Я - концепция и самопрезентация в процессе массовой коммуникации	ОПК-7.1, ОПК-7.2
14.	Значение художественной формы для восприятия коммуникационных сообщений: игра с композицией, динамика текста, закон золотого сечения и т.д.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
15.	Агрессивные и сексуальные мотивы в коммуникационных сообщениях	ОПК-7.1, ОПК-7.2
16.	Психологическая безопасность в рекламе. Методы ее диагностики.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
17.	Психотехнический анализ рекламных сообщений.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
18.	Методы психологической экспертизы продукции массовых коммуникаций и их характеристика	ОПК-7.1, ОПК-7.2

3.3. Тематика курсовых работ

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

3.4. Материалы для компьютерного тестирования обучающихся

Общие критерии оценивания

Процент правильных ответов	Оценка
91% – 100%	5 (отлично)
81% – 90%	4 (хорошо)
71% – 80%	3 (удовлетворительно)
Менее 70%	2 (неудовлетворительно)

Соответствие вопросов теста индикаторам формируемых и оцениваемых компетенций

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
1	ОПК-7.1, ОПК-7.2
2	ОПК-7.1, ОПК-7.2
3	ОПК-7.1, ОПК-7.2
4	ОПК-7.1, ОПК-7.2
5	ОПК-7.1, ОПК-7.2
6	ОПК-7.1, ОПК-7.2
7	ОПК-7.1, ОПК-7.2

Ключ ответов

№ вопроса в тесте	Номер ответа (или ответ, или соответствие)
1	a, d, e, f
2	a

№ вопроса в тесте	Номер ответа (или ответ, или соответствие)
3	b
4	1c, 2b, 3a, 4d, 5e
5	a
6	b
7	1c, 2b, 3a

Перечень тестовых вопросов

№ 1. Задание с множественным выбором. Выберите 4 правильных ответа.

Выделите компоненты культуры

- a. символы
- b. мировоззрение
- c. онтология
- d. система ценностей
- e. герои
- f. ритуалы

№ 2. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Основные цели экспертизы рекламы

- a. определение психологической безопасности, определение степени актуализации потребительской мотивации
- b. определение степени соответствия законодательным актам, определение степени соответствия стандартам качества
- c. определение эстетического воздействия, определение творческой составляющей

№ 3. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Пирамиде потребностей А. Маслоу соответствует

- a. витальные – в любви – в безопасности – в уважении – в самовыражении
- b. витальные – потребность в безопасности – в любви – в уважении – в самовыражении
- c. витальные – в безопасности – в уважении – в любви – в самовыражении

№ 4. Задание на последовательность. Расположите в правильном порядке.

Воссоздайте алгоритм введения архетипа (последовательность - первый шаг, второй и т.д.)

- a. Определить архетип адекватный теме и эмоциям
- b. Сформулировать чувства, настроение, ассоциации, которые нужно вызвать у аудитории
- c. Определиться с темой (с идеей)
- d. Выбрать стилевую репрезентацию (рисунок, фото, видеоряд);
- e. Продумать композиционную канву изложения и насытить ее архетипическим рядом.

№ 5. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Состояние сложных социальных систем, обеспечивающих и гарантирующих сохранение их в целостности, устойчивого динамического развития, эффективного функционирования, а так же тех объективных условий, которые этому сопутствуют - это

- a. безопасность

- b. огруппление мышления
- c. субъективная опасность
- d. моральное давление
- e. психологическая угроза

№ 6. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что из ниже перечисленного НЕ является социально-психологической функцией массовой коммуникации

- a. функция социальной ориентировки и участия индивида в формировании общественного мнения
- b. функция социального подчинения
- c. функция аффилиации, социальной идентификации
- d. функция поддержания осведомленности массовой аудитории о происходящих в обществе событиях

№ 7. Задание на соответствие. Соотнесите элементы двух списков.

Установите соответствие

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. когнитивный компонент | a. готовность к реальному поведению |
| 2. аффективный компонент | b. отношение человека к рекламе, реклама вызывает у человека к себе положительное/отрицательное эмоциональное отношение, чувства человека, эмоции по поводу увиденного/услышанного |
| 3. конатативный компонент | c. как рекламное сообщение воспринимается, насколько хорошо запоминается ее содержание, насколько привлекает внимание; оригинальность |

3.5. Глоссарий по предмету для оценки компетенции «ОПК-7.1»

№ 1. Глоссарий по теме.

Составить глоссарий по теме

3.6. Глоссарий по предмету для оценки компетенции «ОПК-7.2»

№ 2. Глоссарий по теме.

Составить глоссарий по теме

3.7. Вопросы для коллоквиумов, собеседования для оценки компетенции «ОПК-7.1»

№ 3. Подбор и анализ литературы по теме.

Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. Москва, Санкт-Петербург, Киев: Вильямс, 2004. Главы 4—6, 8—9.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. Москва: Олма-Пресс, 2002. Глава 2.

Collier K. M. et al. Does parental mediation of media influence child outcomes? A meta-analysis on media time, aggression, substance use, and sexual behavior // Developmental Psychology. 2016. Vol. 52. P. 798—812.

№ 4. Культурная обусловленность медиакommunikаций.

1. Найдите три примера рекламных кампаний (рекламы), которые, по вашему мнению, нарушают социальные табу или этические нормы.

2. Опишите каждую рекламу, укажите компанию и продукт.

3. Объясните, какие конкретно табу или этические нормы нарушены в этих

примерах.

4. Проанализируйте реакцию общественности и медиа на каждую рекламу. Как именно это повлияло на репутацию компании и ее дальнейшую стратегию?

5. Предложите альтернативные подходы для этих рекламных кампаний, которые могли бы избежать нарушений и при этом достичь маркетинговых целей.

№ 5. Подбор и анализ литературы по теме.

3.8. Вопросы для коллоквиумов, собеседования для оценки компетенции «ОПК-7.2»

№ 6. Подбор и анализ литературы по теме.

Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. Москва, Санкт-Петербург, Киев: Вильямс, 2004. Главы 4—6, 8—9.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. Москва: Олма-Пресс, 2002. Глава 2.

Collier K. M. et al. Does parental mediation of media influence child outcomes? A meta-analysis on media time, aggression, substance use, and sexual behavior // *Developmental Psychology*. 2016. Vol. 52. P. 798—812.

№ 7. Культурная обусловленность медиакommunikаций.

1. Найдите три примера рекламных кампаний (рекламы), которые, по вашему мнению, нарушают социальные табу или этические нормы.

2. Опишите каждую рекламу, укажите компанию и продукт.

3. Объясните, какие конкретно табу или этические нормы нарушены в этих примерах.

4. Проанализируйте реакцию общественности и медиа на каждую рекламу. Как именно это повлияло на репутацию компании и ее дальнейшую стратегию?

5. Предложите альтернативные подходы для этих рекламных кампаний, которые могли бы избежать нарушений и при этом достичь маркетинговых целей.

№ 8. Подбор и анализ литературы по теме.

3.9. Конспекты лекций для оценки компетенции «ОПК-7.1»

№ 9. Конспект лекций.

Убеждение – это процесс изменения представлений, оценок и поведения реципиента с помощью вербальных и невербальных сообщений.

Характеристики коммуникатора:

Компетентность коммуникатора – это воспринимаемое наличие у коммуникатора специальных знаний или навыков, связанных с темой сообщения.

Привлекательность коммуникатора – это воспринимаемое наличие у коммуникатора позитивных особенностей.

Искренность коммуникатора – это воспринимаемое нежелание коммуникатора обмануть реципиента или оказать на него воздействие.

Эффект "враждебности ведущего"

Эффект "ноги в дверях"

Эффект "Дверью в лицо"

№ 10. Конспект лекций по теме.

Конспект лекций по теме "Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в

медиапространстве"

3.10. Конспекты лекций для оценки компетенции «ОПК-7.2»

№ 11. Конспект лекций.

Убеждение – это процесс изменения представлений, оценок и поведения реципиента с помощью вербальных и невербальных сообщений.

Характеристики коммуникатора:

Компетентность коммуникатора – это воспринимаемое наличие у коммуникатора специальных знаний или навыков, связанных с темой сообщения.

Привлекательность коммуникатора – это воспринимаемое наличие у коммуникатора позитивных особенностей.

Искренность коммуникатора – это воспринимаемое нежелание коммуникатора обмануть реципиента или оказать на него воздействие.

Эффект "враждебности ведущего"

Эффект "ноги в дверях"

Эффект "Дверью в лицо"

№ 12. Конспект лекций по теме.

Конспект лекций по теме "Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в медиапространстве"

3.11. Проекты для оценки компетенции «ОПК-7.1»

№ 13. Проект.

Проект: подготовка короткого рекламного ролика, посвященного теме безопасности в мире, опосредованном медиа.

3.12. Проекты для оценки компетенции «ОПК-7.2»

№ 14. Проект.

Проект: подготовка короткого рекламного ролика, посвященного теме безопасности в мире, опосредованном медиа.