

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.08.2023 10:31:20
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры
«Социальные технологии и
гуманитарные науки»

Протокол от 30.08.2023 № 1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине

Культура массовых коммуникаций
наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата,
бакалавриата,
специалитета,
магистратуры

«Реклама и связи с общественностью»

наименование образовательной программы

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Калинина Д.С старший преподаватель
ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

Тольятти
2023

1. Паспорт фонда оценочных средств (далее – ФОС)

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
ПК 2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ИПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

Знать:

- модели, принципы, технологии массовых коммуникаций;
- формы и процессы медиакультуры;
- методы производства и формы потребления медиа-контента;
- подходы к анализу культурного содержания современных средств массовой коммуникации

Уметь:

- применять знания для интерпретации культурного содержания массовых коммуникаций в рамках современных медиа, в том числе Интернета и других цифровых средств коммуникации, в связи с профессиональными задачами

Владеть:

- навыками культурологического осмысления содержания массовых коммуникаций в рамках реализации профессиональных технологий в различных сферах социальной практики

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	Тема 1. PR- Массовая коммуникация как феномен.	ПК 2
2	Тема 2. СМИ как социальный институт.	ПК 2
3	Тема 3. Конструирование реальности в современных СМИ.	ПК 2
4	Тема 4. Телевидение как средство массовой коммуникации.	ПК 2
5	Тема 5. Культура Интернета	ПК 2

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачет.

Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
		70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: зачет

Устно-письменная форма по экзаменационным билетам предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности.

Примерный перечень вопросов к зачету

ПК 2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

1. Природа, роль и место массовой коммуникации в обществе.
2. Подходы к определению массовой коммуникации.
3. Классические и современные модели массовой коммуникации.
4. Медиакультура: понятие и содержание.
5. Современные СМИ, преимущества и недостатки различных СМИ.
6. Место и роль прессы в современной медиакультуре.
7. Место и роль радио в современной медиакультуре.
8. Место и роль телевидения в современной медиакультуре.
9. Место и роль цифровых медиа в современной культуре.
10. Понятие и технологии формирования повестки дня.
11. Технологии формирования общественного мнения средствами СМИ.
12. Техники и приемы манипулирования общественным сознанием.
13. Технологии «промывания мозгов», пропаганда, цензура.

14. Стереотипы в массовом сознании.
15. Новостные программы как источник информации о социуме
16. Специфические черты приватного и публичного общения в новых медиа.
17. Социальные, политические, культурные эффекты Интернет-коммуникации.
18. Блоги как культурная форма.
19. Социальные сети как культурная форма.
20. Реклама как источник информации о социуме.
- 21.

Примерный перечень заданий для тестирования

ПК 2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

1. Теория эгалитарной массовой коммуникации исходит
 - из системы положений, раскрывающих господствующую роль СМК в обществе, их возможности оказывать непосредственное и опосредованное воздействие на сознание и поведение людей
 - из положений неомарксистского подхода к анализу социальных процессов
 - из постулата предоставления всем гражданам права равного доступа к СМК и права выбора канала коммуникации для получения любой интересующей их информации
2. Направление, получившее название «критический анализ дискурса», возникло на основе
 - критической лингвистики
 - «обыденного» языка
 - математической логики
3. Советская социологическая школа разрабатывала теорию массовой коммуникации
 - как идеологический фактор
 - как форма отображения значимой для общества информации
 - как вида социального общения
4. Социономика имеет своим предметом
 - изучение общих для всех гуманитарных наук законов, теорий, категорий, методов и методик
 - идею вседозволенности и свободной реинтерпретации
 - поддержание взаимосвязей общества и природы
5. Нормативные теории массовой коммуникации основываются
 - на том, как должно быть
 - на эмпирических наблюдениях
 - на социальных опросах
6. Авторитарная теория массовой коммуникации – термин, предложенный Зибертом, обозначает
 - набор социально-политических условий для деятельности прессы в период ее становления
 - обладание индивидом свободой на публикацию всего, что ему нравится
 - приоритетность свободы коммуникации
7. Либертарианская теория – это

- предварительная цензура и наказание за отклонение от установленных сверху способов освещения
 - теория свободной прессы
 - лицензирование, чтобы государство имело к СМИ прямой доступ или контроль над ними под предлогом национальной необходимости
8. Главные принципы и ценности либертарианской теории идентичны принципам и ценностям
- либерально-демократического государства
 - монархического государства
 - коммунистического государства
9. Принципы теории социальной ответственности, согласно Маккуйэлу, НЕ предполагают:
- медиа должны взять на себя и выполнять определенные обязательства перед обществом
 - медиа должны выполнять установленные профессиональные стандарты информативности, правдивости, точности, объективности и баланса
 - медиа должны саморегулироваться в рамках закона и существующих институтов
 - журналисты и медиа-профессионалы не должны быть подотчетны перед обществом, так же как перед работодателями и рынком
10. Теория для медиа развития означает, что
- медиа не являются объектом произвольного или непредсказуемого вмешательства, а работают в пределах известных, добровольно установленных рамок
 - медиа должны обслуживать свою публику и реагировать на ее запросы
 - выступает за поддержку средствами массовой коммуникации существующего режима и его усилий по обеспечению экономического развития, чем она оказывает помощь обществу в целом