

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о документе
ФИО: Цыбиков Бэлкото Батоевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.09.2024 15:21:45
Уникальный программный ключ:
056af948c3e48c6f3c571e429957a8ae7b757ae8

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Р.
Филиппова»**

Экономический факультет

СОГЛАСОВАНО

Заведующий выпускающей
кафедрой
Социально-гуманитарные
науки, реклама и туризм

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического
факультета

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
дисциплины (модуля)**

Б1.О.06.12 Психология рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в АПК

бакалавр

Обеспечивающая преподавание
дисциплины кафедра

Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

Разработчик

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Внутренние эксперты:

Председатель методической
комиссии экономического
факультета

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Заведующий методическим
кабинетом УМУ

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Улан – Удэ, 2022

ВВЕДЕНИЕ

1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины (модуля) и представлены в виде оценочных средств.

2. Оценочные материалы является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины (модуля).

3. При помощи оценочных материалов осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины (модуля).

4. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) включает в себя:

- оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины (модуля).

- оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО;

- оценочные средства, применяемые для текущего контроля;

5. Разработчиками оценочных материалов по дисциплине (модулю) являются преподаватели кафедры, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины (модуля) в Академии. Содержательной основой для разработки оценочных материалов является Рабочая программа дисциплины (модуля).

1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ
учебной дисциплины (модуля), персональный уровень достижения которых проверяется
с использованием представленных в п. 3 оценочных материалов

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1		2	3	4	5
Общепрофессиональные компетенции					
ОПК-4	способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; психологические механизмы воздействия рекламы и PR	учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; определять и анализировать социальные детерминанты поведения личности в результате рекламного и PR воздействия	навыками применения психологических основ разработки рекламных и PR материалов, отвечая на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

**2. РЕЕСТР
элементов оценочных материалов по дисциплине (модулю)**

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент Наименование
1	2
1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Перечень вопросов к зачету
	Критерии оценки к зачету
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов (ВАРО)	Не предусмотрены
3. Средства для текущего контроля	Перечень тем эссе, докладов, сообщений, презентаций
	Критерии оценивания
	Шкала оценивания
	Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов
	Критерии оценивания
	Шкала оценивания
	Перечень дискуссионных тем и вопросов для круглого стола (дискуссии, полемики)
	Критерии оценивания
	Шкала оценивания
	Комплект кейс-задач
	Критерии оценивания
	Шкала оценивания
	Комплект тестовых заданий
	Критерии оценивания
Шкала оценивания	

3. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций в рамках дисциплины (модуля)

Код и название компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
				Характеристика сформированности компетенции				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Критерии оценивания								
ОПК-4 - способ отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Полнота знаний	Знает основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; психологические механизмы воздействия рекламы и PR	Не знает основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; психологические механизмы воздействия рекламы и PR	Плохо знает основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; психологические механизмы воздействия рекламы и PR	Знает основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; психологические механизмы воздействия рекламы и PR, но допускает неточности.	В полной мере знает основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; психологические механизмы воздействия рекламы и PR	Перечень вопросов к зачету Перечень тем эссе, докладов, сообщений, презентаций Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов Перечень дискуссионных тем и вопросов для круглого стола (дискуссии, полемики) Комплект кейс-задач Комплект
		Наличие умений	Умеет учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; определять и анализировать социальные	Не умеет учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; определять и анализировать социальные детерминанты	Плохо умеет учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; определять и анализировать социальные	Умеет учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но допускает неточности; определять и анализировать социальные	В полной мере учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; определять и анализировать	

			детерминанты поведения личности в результате рекламного и PR воздействия	поведения личности в результате рекламного и PR воздействия	детерминанты поведения личности в результате рекламного и PR воздействия	детерминанты поведения личности в результате рекламного и PR воздействия	социальные детерминанты поведения личности в результате рекламного и PR воздействия	тестовых заданий
		Наличие навыков (владение опытом)	Сформированы навыки применения психологических основ разработки рекламных и PR материалов, отвечая на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	Не сформированы навыки применения психологических основ разработки рекламных и PR материалов, отвечая на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	Плохо сформированы навыки применения психологических основ разработки рекламных и PR материалов, отвечая на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	Сформированы навыки применения психологических основ разработки рекламных и PR материалов, отвечая на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности, но присутствуют незначительные ошибки и неточности	Сформированы навыки применения психологических основ разработки рекламных и PR материалов, отвечая на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

4.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

4.1.1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины

6.1 Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины: Б1.О.06.12 Психология рекламы и связей с общественностью	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»	
6.2 Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины	
1	2
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	зачёт
Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины 2) процедура проводится в рамках ВАРО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачёта:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине
Процедура получения зачёта -	Представлены в оценочных материалах по данной дисциплине
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	

Перечень вопросов к зачету по дисциплине (модулю)

1. Массовые психические состояния и их роль в коммуникации. (ОПК-4)
2. Восприятие, понимание и запоминание в процессе коммуникации. (ОПК-4)
3. Понятие установки. Установка в структуре личности. (ОПК-4)
4. Механизмы изменения установок. (ОПК-4)
5. Теория когнитивного диссонанса. (ОПК-4)
6. Понятие стереотипа. Психологическая природа стереотипа. (ОПК-4)
7. Слух как СМИ, коммуникативные характеристики слуха. Виды слуха. (ОПК-4)
8. Понятие моды. Теоретические концепции моды (Г. Тард, Г. Зиммель, В. Зомбарт, Блумер и др.). (ОПК-4)
9. Психология моды. (ОПК-4)
10. Понятие подражания и заражения. (ОПК-4)
11. Формирование массовых вкусов и роль в этом массовой коммуникации. (ОПК-4)
12. Внушение как психологический инструмент. (ОПК-4)
13. Массовая культура. (ОПК-4)
14. Психология рекламы. (ОПК-4)
15. Психология PR. (ОПК-4)
16. Возникновение и циркуляция слухов. (ОПК-4)
17. Нейролингвистическое программирование. (ОПК-4)
18. Информационно-психологические войны и СМИ. (ОПК-4)

4.1.2. Средства

для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО

Не предусмотрено учебным планом

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

5.2. Критерии оценки к зачету

зачет /оценка «отлично» (86-100 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему систематические и глубокие знания учебно-программного материала, умения свободно выполнять задания, предусмотренные программой в типовой ситуации (с ограничением времени) и в нетиповой ситуации, знакомство с основной и дополнительной литературой, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины в их значении приобретаемой специальности и проявившему творческие способности и самостоятельность в приобретении знаний.

зачет /оценка «хорошо» (71-85 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение заданий, предусмотренных программой в типовой ситуации (с ограничением времени), усвоение материалов основной литературы, рекомендованной в программе, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей работы над литературой и в профессиональной деятельности.

зачет /оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, знакомство с основной литературой, рекомендованной программой, умение выполнять задания, предусмотренные программой.

незачет /оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, слабые побуждения к самостоятельной работе над рекомендованной основной литературой. Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании академии без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

6. Оценочные материалы для организации текущего контроля успеваемости обучающихся

Перечень тем эссе, докладов, сообщений, презентаций

1. Массовая коммуникация в контексте теории общения отечественной и зарубежной психологии.
2. Социальная направленность массовой коммуникации.
3. Массовое сознание как объект психологического воздействия.
4. Массовое и индивидуальное сознание.
5. Особенности психологических характеристик личности.
6. Мотивы обращения аудитории к СМК.
7. Факторы, влияющие на запоминание и воспроизведение информации. Физиологические основы памяти. Особенности запоминания в процессе массовой коммуникации.
8. З. Фрейд о причинах забывания.
9. Психические состояния: стихийность, паника, агрессия, аффект, стресс, фрустрация и причины их возникновения.
10. Массовые вкусы и стереотипы как групповые факторы в массовой коммуникации.
11. Слух как массовый разговор и его место в ряду массовидных явлений.
12. Природа предрассудков, их место и роль в общественной жизни.
13. Место СМИ в механизме порождения и распространения слухов и предрассудков.
14. Особенности аудитории информационного пространства моды.
15. Массовая культура: понятие, признаки, функции. Психология массовой коммуникации.
16. Массовое сознание: природа, структура, механизмы функционирования
17. Массовая коммуникация: психологический и социально-психологический аспекты анализа.
18. Методология и методы психологических исследований массовой коммуникации.
19. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации.
20. Коммуникатор: психологические аспекты изучения.
21. Психологические механизмы восприятия содержания в массовой коммуникации.
22. Особенности воздействия различных СМИ как следствие различия их выразительных средств.
23. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы.
24. Стереотипизация сознания и поведения в массовой коммуникации.
25. Нормальные и аномальные психические состояния в массовой коммуникации.
26. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации.
27. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
28. Теории медиаэффектов.
29. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне.
30. Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне.
31. Подражание, заражение, внушение. Симптомы огруппления мышления.
32. Убеждение. Психологические модели убеждающего воздействия.
33. СМИ как «четвертая власть»: психологические и социально-психологические аспекты.
34. Психологическое изучение пропаганды.
35. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы.
36. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ход и результаты пропаганды.

37. анипулирование: природа, формы и механизмы.

38. Пропаганда и политическая реклама: психологическое и социально-психологическое измерение.

39. Роль СМИ в пропаганде и агитации.

Инструкция и/или методические рекомендации по выполнению и защите работы, выступлению

Критерии оценивания

- полнота раскрытия темы;
- степень владения понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины;
- знание фактического материала, отсутствие фактических ошибок;
- умение логически выстроить материал ответа;
- умение аргументировать предложенные подходы и решения, сделанные выводы;
- степень самостоятельности, грамотности, оригинальности в представлении материала (стилистические обороты, манера изложения, словарный запас, отсутствие или наличие грамматических ошибок);
- выполнение требований к оформлению работы.

Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	<p>Содержание работы в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано знание фактического материала, отсутствуют ошибки. Продемонстрировано уверенное владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов.</p> <p>Показано умелое использование категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи.</p> <p>Ответ четко структурирован и выстроен в заданной логике. Части ответа логически взаимосвязаны. Отражена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа укладывается в заданные рамки при сохранении смысла.</p> <p>Продемонстрировано умение аргументировано излагать собственную точку зрения. Видно уверенное владение освоенным материалом, изложение сопровождается адекватными иллюстрациями (примерами) из практики.</p> <p>Высокая степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала: стилистические обороты, манера изложения, словарный запас. Отсутствуют стилистические и орфографические ошибки в тексте.</p> <p>Работа выполнена аккуратно, без помарок и исправлений</p>
71-85 баллов «хорошо»	<p>Содержание ответа в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано знание фактического материала, встречаются несущественные фактические ошибки.</p> <p>Продемонстрировано владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов.</p> <p>Показано умелое использование категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи.</p> <p>Ответ в достаточной степени структурирован и выстроен в заданной логике без нарушений общего смысла. Части ответа логически взаимосвязаны. Отражена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа незначительно превышает заданные рамки при сохранении смысла.</p> <p>Продемонстрировано умение аргументировано излагать собственную точку зрения, но аргументация не всегда убедительна. Изложение лишь отчасти сопровождается адекватными иллюстрациями (примерами) из практики.</p> <p>Достаточная степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала. Встречаются мелкие и не искажающие смысла ошибки в стилистике, стилистические штампы. Есть 1–2 орфографические ошибки.</p> <p>Работа выполнена аккуратно, без помарок и исправлений</p>
56-70 баллов «удовлетворительно»	<p>Содержание работы в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано удовлетворительное знание фактического материала, есть фактические ошибки (25– 30%).</p> <p>Продемонстрировано достаточное владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины, есть ошибки в употреблении и трактовке терминов, расшифровке аббревиатур.</p> <p>Ошибки в использовании категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи.</p> <p>Ответ плохо структурирован, нарушена заданная логика. Части ответа логически разорваны, нет связей между ними. Ошибки в представлении логической структуры проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа в существенной степени (на 25– 30%) отклоняется от заданных рамок.</p> <p>Нет собственной точки зрения либо она слабо аргументирована. Примеры, приведенные в ответе в качестве практических иллюстраций, в малой степени соответствуют изложенным теоретическим аспектам.</p> <p>Текст работы примерно наполовину представляет собой стандартные обороты и фразы из учебника/лекций. Обилие ошибок в стилистике, много стилистических штампов. Есть 3–5 орфографических ошибок.</p> <p>Работа выполнена не очень аккуратно, встречаются помарки и исправления</p>
Менее 56 баллов «неудовлетворительно»	<p>Содержание ответа не соответствует теме задания или соответствует ему в очень малой степени.</p> <p>Продемонстрировано крайне слабое владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (неуместность употребления, неверные аббревиатуры, искаженное толкование и т.д.), присутствуют многочисленные ошибки в употреблении терминов.</p>

	<p>Продемонстрировано крайне низкое (отрывочное) знание фактического материала, много фактических ошибок – практически все факты (данные) либо искажены, либо неверны. Ответ представляет собой сплошной текст без структурирования, нарушена заданная логика. Части ответа не взаимосвязаны логически. Нарушена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа более чем в 2 раза меньше или превышает заданный. Показаны неверные ассоциативные взаимосвязи категорий и терминов дисциплины.</p> <p>Отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нет собственной позиции. Отсутствуют примеры из практики либо они неадекватны.</p> <p>Текст ответа представляет полную кальку текста учебника/лекций. Стилистические ошибки приводят к существенному искажению смысла. Большое число орфографических ошибок в тексте (более 10 на страницу).</p> <p>Работа выполнена неаккуратно, с обилием помарок и исправлений. В работе один абзац и больше позаимствован из какого-либо источника без ссылки на него.</p>
--	--

Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов

1. Психология массовой коммуникации.
 2. Массовое сознание: природа, структура, механизмы функционирования
 3. Массовая коммуникация: психологический и социально-психологический аспекты анализа.
 4. Методология и методы психологических исследований массовой коммуникации.
 5. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации.
 6. Коммуникатор: психологические аспекты изучения.
 7. Психологические механизмы восприятия содержания в массовой коммуникации.
 8. Особенности воздействия различных СМИ как следствие различия их выразительных средств.
 9. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы.
 10. Стереотипизация сознания и поведения в массовой коммуникации.
 11. Нормальные и аномальные психические состояния в массовой коммуникации.
 12. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации.
 13. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
 14. Теории медиаэффектов.
 15. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне.
 16. Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне.
 17. Подражание, заражение, внушение. Симптомы огруппления мышления.
 18. Убеждение. Психологические модели убеждающего воздействия.
 19. СМИ как «четвертая власть»: психологические и социально-психологические аспекты.
 20. Психологическое изучение пропаганды.
 21. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы.
 22. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ход и результаты пропаганды.
 23. Манипулирование: природа, формы и механизмы.
 24. Пропаганда и политическая реклама: психологическое и социально-психологическое измерение.
 25. Роль СМИ в пропаганде и агитации.
- Критерии оценивания:
- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
 - полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
 - сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
 - логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
 - использование дополнительного материала;
 - рациональность использования времени, отведенного на задание.

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Обучающийся полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
71-85 баллов «хорошо»	Обучающийся достаточно полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно. Допускает 1-2 ошибки, исправленные с помощью наводящих вопросов.

56-70 баллов «удовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, 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.
Менее 56 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание (вопрос), допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Перечень дискуссионных тем и вопросов для круглого стола (дискуссии, полемики)

Тема: Психологические аспекты экономического поведения человека

1. Психология неформальных коммуникаций
2. Психология моды
3. Проблема коммуникатора

Тема: Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации

1. Контент массовой коммуникации
2. Аудитория массовой коммуникации
3. Развитие социально-психологических исследований эффективности массовой коммуникации

Тема: Психологические аспекты деятельности по связям с общественностью

4. Внушение и внушаемость
5. Психология рекламы
6. Психологические основы медиакommunikаций
7. Психология массовых коммуникаций

Программа проведения и/или методические рекомендации по подготовке и проведению

Критерии оценивания:

- теоретический уровень знаний;
- качество ответов на вопросы;
- подкрепление материалов фактическими данными (статистические данные или др.);
- практическая ценность материала;
- способность делать выводы;
- способность отстаивать собственную точку зрения;
- способность ориентироваться в представленном материале;
- степень участия в общей дискуссии.

Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Обучающийся свободно владеет учебным материалом; проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения.
71-85 баллов «хорошо»	Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.
56-70 баллов «удовлетворительно»	Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов. Обучающийся не может применить теорию в новой ситуации.
Менее 56 баллов «неудовлетворительно»	Не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

Комплект кейс-задач

Кейс 1.

А) Для предложенных товаров сформулируйте перечень товарных характеристик и проранжируйте их с точки зрения значимости для потребителя (в роли потребителя выступаете вы сами):

- а) электрочайник;
- б) мобильный телефон;

- в) солнцезащитные очки;
- г) кашпо для цветочного горшка;
- д) настольный календарь;

Б) Укажите товары, которые производит ваше предприятие. К какой классификационной группе их можно отнести? Опишите потребности, которые товары вашего предприятия способны удовлетворить? Сформулируйте перечень товарных характеристик для товаров вашего предприятия и проранжируйте их с точки зрения значимости для потребителя.

Кейс 2.

В настоящее время очень активно пропагандируется активный отдых: летом – туристические поездки, сплавы по горным рекам, конные переходы, зимой – горные и беговые лыжи, сноуборды. В связи с этим широко распространена реклама спортивного оборудования, которое весьма недешево стоит.

Задание: Оцените, какие мотивы поведения может вызвать пропаганда активного отдыха? А какие – реклама спортивных товаров?

Кейс 3.

На телевидении есть узкоспециализированные каналы – культурный, спортивный. Каждый из этих каналов строго выдерживает направленность, оставаясь при этом содержательным, интересным, популярным.

Задание: Проанализируйте, эти каналы рассчитаны на специализированную или широкую аудиторию? Если это специализированная аудитория, то по каким критериям она отличается от других типов аудитории? При ответе используйте психографический принцип сегментирования.

Кейс 4.

Наверное, вам неоднократно приходилось обращать внимание на щиты, рекламирующие различные сигареты. На всех таких красочно оформленных щитах крупными буквами на белом фоне выделяется надпись «Курение опасно для здоровья». Казалось бы, увидев такую надпись, курящий человек должен бросить курить, а тот, кто еще не знаком с табаком, никогда не станет курить. Но, увы, рекламодатели, вывешивающие подобные щиты, уверены, что этим самым они увеличивают продажу табачных изделий.

Вопросы и задания

- А) Как вы думаете, на чем основывается уверенность рекламодателей?
- Б) Укажите товары, которые производит ваше предприятие (предположите). Опишите потребности, которые товары вашего предприятия способны удовлетворить.

Кейс 5.

Радиотрансляционные сети (после длительного перерыва) возобновили такой вид передач как радиоспектакли. Современные радиопостановки несколько отличаются от прежних по длительности передачи, поскольку распространен, как и на телевидении, сериальный тип.

Задание: Проанализируйте, каковы преимущества «сериала» на телевидении и на радио, а в чем его недостатки. На основании чего поддерживается интерес в радиосериале (при ответе можно использовать когнитивную теорию массовой коммуникации)?

Кейс 6.

Кредитование по ипотеке стало одним из популярных видов рекламы. Акцент делается том, что уже сегодня, не имея полной денежной суммы, Вы можете приобрести любое жилье в кредит, тем самым решить жилищную проблему. Причем кредиты предоставляются самыми известными банками в России.

Вопросы и задания: Опишите, каким образом в данной рекламе задействовано воображение? Каким образом влияет опыт потребителя рекламы на ее восприятие? Каким образом соотносятся логические и эмоциональные компоненты в рекламе? Что, в конечном счете, влияет на реципиента, на его выбор?

Кейс 7.

В еженедельнике «Аргументы и факты» (2019, №48, с.15) в статье «В погоне за зарплатой» Е.Гонтмахер, руководитель Центра социальной политики Института экономики РАН высказал свое мнение о том, что для создания конкурентоспособной продукции необходимо создание эффективных рабочих мест. Для этого необходимо провести «болезненную операцию» - масштабное высвобождение рабочих мест. Неэффективная занятость поддерживается самим государством. Многие предприятия бьются в агонии, поэтому необходимо эту агонию прекратить. Человек, который получает мизерную зарплату, деградирует, теряет квалификацию. Даже если платить ему больше, он уже не сможет работать.

Вопросы и задания: Проанализируйте возможную реакцию на эту статью представителей разных статусных слоев населения – предпринимателей, бюджетников, малооплачиваемых и

высокооплачиваемых работников. Что может вызвать негативный отклик в этой статье? А что - позитивный?

Кейс 8.

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».

Вопросы и задания: Проанализируйте с точки зрения психологии массовой коммуникации, на каких стереотипах массового сознания базируется такое мнение. Являются ли они, действительно, национальными проектами?

Кейс 9.

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.

Вопросы и задания: Проанализируйте, каким образом в данном фильме осуществлялось соотношение эмоционального и логического при обращении к аудитории. Каким образом контраст в произношении текста мог повлиять на зрителей?

Кейс 10.

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.

Вопросы и задания: Оцените, какие мотивы покупательского спроса актуализируют разные виды рекламы. На какой сегмент аудитории рассчитана каждая из них и почему? Какие противоречия могут возникнуть?

Критерии оценивания:

- соответствие решения сформулированным в кейсе вопросам (адекватность проблеме и рынку);
- оригинальность подхода (новаторство, креативность);
- применимость решения на практике;
- глубина проработки проблемы (обоснованность решения, наличие альтернативных вариантов, прогнозирование возможных проблем, комплексность решения).

Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Предложенное решение соответствует поставленной в кейс-задаче проблеме. Обучающийся применяет оригинальный подход к решению поставленной проблемы, демонстрирует высокий уровень теоретических знаний, анализ соответствующих источников. Формулировки кратки, ясны и точны. Ожидаемые результаты применения предложенного решения конкретны, измеримы и обоснованы.
71-85 баллов «хорошо»	Предложенное решение соответствует поставленной в кейс-задаче проблеме. Обучающийся применяет в основном традиционный подход с элементами новаторства, частично подкрепленный анализом соответствующих источников, демонстрирует хороший уровень теоретических знаний. Формулировки недостаточно кратки, ясны и точны. Ожидаемые результаты применения предложенного решения требуют исправления незначительных ошибок.
56-70 баллов «удовлетворительно»	Предложенное решение требует дополнительной конкретизации и обоснования, в целом соответствует поставленной в задаче проблеме. При решении поставленной проблемы обучающийся применяет традиционный подход, демонстрирует твердые знания по поставленной проблеме. Предложенное решение содержит ошибки, уверенно исправленные после наводящих вопросов.
Менее 56 баллов «неудовлетворительно»	Наличие грубых ошибок в решении ситуации, непонимание сущности рассматриваемой проблемы, неуверенность и неточность ответов после наводящих вопросов. Предложенное решение не обосновано и не применимо на практике

Комплект тестовых заданий

1. Одной из особенностей общения в условиях массовой коммуникации является....

- А) непосредственность общения;
- Б) опосредованность общения;
- В) свобода общения;
- Г) масштаб общения.

2. Для общения в условиях массовой коммуникации характерна.....обратная связь.
 А) отсроченная;
 Б) прямая;
 В) косвенная;
 Г) латентная.
3. Для общения в условиях массовой коммуникации характерна...
 А) массовость субъектов общения;
 Б) единичность субъектов общения;
 Г) отсутствие субъектов общения;
 Д) отсутствие объектов общения.
4. К видам внимания не относится....
 А) произвольное;
 Б) непроизвольное;
 В) послепроизвольное;
 Г) глубокое.
5. «Психологическое состояние предрасположенности субъекта к определенной активности в определенной ситуации» называется...
 А) установкой;
 Б) стереотипом;
 В) ощущением;
 Г) восприятием.
6. Автором термина «стереотип» являлся...
 А) У. Липман;
 Б) З. Фрейд;
 В) К. Юнг;
 Г) Р. Харрис.
7. «Слухи, не просто вызывающие выраженные эмоционально негативные настроения и состояния, отражающие некоторые актуальные нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются, а конкретно направленные на стимулирование агрессивного эмоционального состояния и вполне определенного поведенческого «ответа», жесткого агрессивного действия» называются...
 А) паническими;
 Б) агрессивными;
 В) пугалами;
 Г) экспрессивными.
- 72
8. К видам слухов не относят...
 А) агрессивные слухи;
 Б) субъективные слухи;
 В) слухи-пугало;
 Г) слухи-желания.
9. К видам слухов относят...
 А) слух-желание;
 Б) субъективный слух;
 В) объективный слух;
 Г) проективный слух.
10. К особенностям циркуляции слухов не относят...
 А) сглаживание;
 Б) заострение;
 В) адаптацию;
 Г) консервацию.
11. К особенностям циркуляции слухов относят...
 А) адаптацию;
 Б) активацию;
 В) авторизацию;
 Г) дезактивацию.
12. «Ложную или истинную, проверенную или не поддающуюся проверке (и в этом случае обычно маловероятную), неполную, пристрастную, но правдоподобную информацию о делах, которые рассматриваются как личные, но могут иметь широкий социальный резонанс, и об обстоятельствах, касающихся достаточно закрытых сторон жизни сравнительно замкнутых, элитных социальных групп» называют...
 А) сплетней;
 Б) стереотипом;

- В) установкой;
Г) слухом.
13. «Контактная внешне не организованная общность, отличающаяся высокой степенью конформизма составляющих ее индивидов, действующих крайне эмоционально и единодушно» называется...
- А) толпой;
Б) массой;
В) публикой;
Г) коллективом.
14. К типу толпы не относится...
- А) экспрессивная;
Б) действующая;
В) случайная;
Г) специальная.
- 73
15. К типу толпы относится...
- А) экспрессивная;
Б) специальная;
В) латентная;
Г) профессиональная.
16. Термин «паника» имеет ... происхождение.
- А) римское;
Б) советское;
В) греческое;
Г) американское.
17. Термин «катарсис» был введен...
- А) Платоном;
Б) Демокритом;
В) Аристотелем;
Г) Цицероном.
18. Десенсибилизация связана с ...
- А) понижением чувствительности к насилию;
Б) повышению чувствительности к насилию;
В) не повторением насилия в жизни;
Г) повторением насилия в жизни.
19. «Множество людей, движимых гневом и злобой, стремящихся к уничтожению, разрушению, убийствам» - это...
- А) агрессивная толпа;
Б) экспрессивная толпа;
В) паническая толпа;
Г) экстатическая толпа.
20. ... толпа состоит из людей, объединенных желанием добыть или вернуть себе некие ценности.
- А) экспрессивная;
Б) стяжательская;
В) агрессивная;
Г) паническая.

Критерии оценивания

- отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнено 86-100% заданий
71-85 баллов «хорошо»	Выполнено 71-85% заданий
56-70 баллов «удовлетворительно»	Выполнено 56-70% заданий
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Выполнено 0-55% заданий