ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина: Основы теории коммуникации

1. Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Основы теории коммуникации» у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы*:

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ПК-3. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

* Примечание: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512)

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с основной профессиональной образовательной программой вуза. В качестве показателей рассматриваются результаты освоения дисциплины, выраженные через знания, умения и владения (таблица 1).

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 1 – Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования с точки зрения результатов освоения дисциплины.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	**ИДК-ОПК-5.1.** Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	**Знать:** - Основные этапы становления и развития теории коммуникации как научной дисциплины, ключевые философские подходы и современные концепции (массовой, политической, межкультурной коммуникации). - Законы, категории, методы и функции теории коммуникации; структуру и компоненты коммуникационного процесса. - Семиотические основы коммуникации (синтактику, семантику, прагматику) и особенности вербальных (речевых) и невербальных средств передачи информации. - Параметры и типы коммуникативной личности, психологические механизмы и эффекты межличностного восприятия. **Уметь:** - Анализировать коммуникативные процессы, выделяя их структурные элементы (коммуникатор, сообщение, аудитория, канал, обратная связь) и оценивая их взаимовлияние. - Различать и интерпретировать вербальные и невербальные компоненты в коммуникативных актах. **Владеть:** - Навыками применения категориального аппарата теории коммуникации для описания и анализа профессиональных и социальных коммуникативных практик.
	ИДК-ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	**Знать:** - Специфику, функции и структуру коммуникации в малых группах, организациях, а также особенности публичной, массовой и политической коммуникации. - Параметры и типы коммуникативной личности, психологические механизмы и эффекты межличностного восприятия. **Уметь:** - Проектировать стратегию и тактику аргументации для различных форм и жанров профессиональной коммуникации (включая публичную). **Владеть:** - Техниками активного слушания и обеспечения обратной связи в межличностном и групповом взаимодействии.

		- Навыками разработки и презентации кратких публичных сообщений в рамках учебных заданий.
ПК-3. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	**ИДК-ПК-3.1.** Определяет ключевые показатели эффективности (KPI) для онлайн и офлайн-кампаний, выбирает и настраивает инструменты для сбора данных (веб-аналитика, CRM-системы, медиа-мониторинг, опросы) и обеспечивает корректный сбор и первичную систематизацию информации.	**Знать:** - Основные виды коммуникативных барьеров (социальные, психологические, когнитивные, языковые) и принципы межкультурного взаимодействия. - Критерии и факторы, влияющие на эффективность коммуникации на различных уровнях. **Уметь:** - Осуществлять критический анализ моделей и содержания массовой и политической коммуникации. - Идентифицировать коммуникативные барьеры и предлагать пути их преодоления с учетом контекста (межличностного, группового, межкультурного). - Выявлять коммуникативные стили, типы коммуникативной личности и эффекты межличностного восприятия в конкретных ситуациях общения. **Владеть:** - Навыками применения принципов эффективной коммуникации для организации работы в малой группе. - Навыками сознательного использования вербальных и невербальных средств для повышения эффективности собственной коммуникации.
	ИДК-ПК-3.2. Способен применять количественные и качественные методы анализа (контент-анализ, статистический анализ, расчет ROI, ROAS, LTV, анализ вовлеченности и охватов), интерпретировать полученные данные, определять степень достижения поставленных целей коммуникационной кампании, выявлять сильные и слабые стороны использованных инструментов.	**Знать:** - Основные виды коммуникативных барьеров (социальные, психологические, когнитивные, языковые) и принципы межкультурного взаимодействия. - Критерии и факторы, влияющие на эффективность коммуникации на различных уровнях. **Уметь:** - Осуществлять критический анализ моделей и содержания массовой и политической коммуникации. - Идентифицировать коммуникативные барьеры и предлагать пути их преодоления с учетом контекста (межличностного, группового, межкультурного). - Выявлять коммуникативные стили, типы коммуникативной личности и эффекты

		межличностного восприятия в конкретных ситуациях общения. - Анализировать групповую динамику и коммуникационные потоки в организациях, определять особенности формальных и неформальных каналов. **Владеть:** - Навыками базового анализа медиатекстов и рекламных сообщений с позиций теории коммуникации. - Навыками применения принципов эффективной коммуникации для организации работы в малой группе.
	ИДК-ПК-3.3. На основе проведенного анализа делает выводы об эффективности проведенных мероприятий, готовит отчеты и презентации для руководства, разрабатывает практические рекомендации по корректировке стратегии, тактики и бюджета продвижения продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	**Знать:** - Специфику, функции и структуру коммуникации в малых группах, организациях, а также особенности публичной, массовой и политической коммуникации. **Уметь:** - Анализировать групповую динамику и коммуникационные потоки в организациях, определять особенности формальных и неформальных каналов. **Владеть:** - Навыками базового анализа медиатекстов и рекламных сообщений с позиций теории коммуникации. - Навыками применения принципов эффективной коммуникации для организации работы в малой группе. - Навыками анализа коммуникативной ситуации, включая определение целей, аудитории и потенциальных барьеров.

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	**Шкала оценивания**
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний теоретических основ функционирования психосоциальных систем в целом, отдельных их	Пороговый (обязательный)

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
сфер и звеньев, владеет некоторыми умениями анализа системы психосоциальных связей хозяйствующих субъектов, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения в данном направлении профессиональной деятельности.	
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал знание теоретических положений в области психологии, практические умения и навыки анализа и исследований на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.	Повышенный
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией. Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в области психологии, необходимые для решения конкретных задач, связанных с экономическими системами, их структурой и направлениями политики государства; практические умения и навыки анализа и интерпретации информации, содержащейся в плановых документах и отчетности организаций различных правовых форм, публично-правовых образований, а также использования полученных сведений для принятия управленческих решений. Студент способен систематизировать и обобщать информацию по вопросам планирования и контроля кадров, обосновывать выбор метода управления для решения задач в области профессиональной деятельности.	Продвинутый

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины

Вопросы для самоконтроля и подготовки к текущему контролю методом опроса

1. Междисциплинарный характер теории коммуникации. Основные направления изучения феномена коммуникации.
2. Основания и формы проявления многообразия теоретического изучения коммуникации (направления, школы, теории, модели, концепции, классификации).

3. Особенности самоопределения современного специалиста по коммуникациям.

4. Социально-философские теории коммуникации (Ю.Хабермас, Н.Луман, П.Бурдье, Э.Гидденс).

5. Структура и функции коммуникации в обществе.

6. Семиотические и культурно-семиотические модели коммуникации.

7. Коммуникация как атрибут (существенное, неотъемлемое свойство) общественных отношений.

8. Общие культурные предпосылки изучения и реализации коммуникации.

9. Семиотика и ее основные проблемы.

10. Язык как система знаков.

11. Политика и символы.

12. Международная символика и эмблематика.

13. Язык как инструмент социальной власти.

14. История русской семиотики до и после 1917 года.

15. Речевая коммуникация как социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации.

16. Особенности речевого поведения в малых социальных общностях.

17. Язык как инструмент социальной власти.

18. Язык социального статуса.

19. Язык и деловое общение.

20. Личность в системе социальной коммуникации.

21. Коммуникативные стили в межличностных отношениях.

22. Чувства и эмоции как коммуникативные действия.

23. Коммуникативная личность как социальный феномен.

24. Межличностное общение: семантика и механизмы.

25. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.

26. Модели коммуникационной структуры малой группы.

27. Коммуникативные стили межличностного общения.

28. Особенности групповой коммуникации семьи.

29. Роль неформальных коммуникаций в организации.

30. Реклама как модель, вид и канал коммуникации.

31. Особенности процесса маркетинговых коммуникаций.

32. Интернет как специфический способ коммуникации.

33. Политическая коммуникация в информационном обществе.

34. Политическая реклама как средство коммуникации.

35. PR как вид коммуникации.

36. Прикладные исследования аудитории средств массовой коммуникации.

37. Механизмы формирования общественного мнения и роль в этом средств массовой информации.

38. Эффективность массовой коммуникации.

39. Значение лоббизма, спонсорства и меценатства в структуре коммуникационных связей.

40. Коммуникация в коммерческой сфере.

41. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях.
42. Офисная коммуникация.
43. Мифологическая и художественная коммуникации.
44. Коммуникативные стили межличностного общения.
45. Средства массовой информации в структуре средств массовой коммуникации.
46. Информационная картина мира и ее роль в развитии цивилизации.
47. Массовая коммуникация в сферах общественных связей и отношений.
48. Массово-коммуникационные процессы в условиях общественной модернизации России.
49. Функции массовой коммуникации: уровень общества и уровень индивида.
50. Социально значимые функции массовой коммуникации: информационная, регулирующая, культурологическая.
51. Культура и межкультурная коммуникация.
52. Типы восприятия межкультурных различий.
53. Культурный конфликт как форма межкультурной коммуникации.

Задания для подготовки к участию в тематических дискуссиях / круглых столах / пресс-конференциях / дебатах и т.п.

1. Современные цифровые медиа: новая эра коммуникации или источник фундаментальных барьеров?

Ключевые вопросы для обсуждения: Сравнение моделей коммуникации в доцифровую эпоху и сегодня. Являются ли эхо-камеры и алгоритмические ленты продолжением старых социально-психологических барьеров или принципиально новым явлением? Как цифровая среда влияет на параметры коммуникативной личности (мотивацию, когнитивную базу)?

2. Вербальное vs. Невербальное: что оказывает решающее влияние на эффективность межличностной коммуникации?

Ключевые вопросы для обсуждения: Анализ тезиса Альберта Меграбяна о преобладании невербальных средств в передаче отношения. В каких ситуациях «что мы говорим» важнее, чем «как мы говорим»? Можно ли доверять невербальным сигналам в эпоху видеозвонков, где поле обзора ограничено?

3. «Groupthink» (Группомыслие) в современных организациях и малых группах: как избежать цены за единодушие?

Ключевые вопросы для обсуждения: Прагматика коммуникации в малых группах. Какие коммуникативные практики и роли (критик, модератор) могут предотвратить группомыслие? Является ли единогласие всегда показателем успешной коммуникации? Примеры исторических и бизнес-решений, принятых под влиянием этого феномена.

4. Этика коммуникатора: где грань между эффективной стратегией аргументации и манипуляцией в политической и рекламной коммуникации?

Ключевые вопросы для обсуждения: Анализ современных политических и рекламных кампаний. Какие техники (подбор фактов, игра на эмоциях, использование образов) можно считать допустимыми, а какие — манипулятивными? Где находится ответственность коммуникатора, а где — аудитории?

5. Межкультурная коммуникация в глобализованном мире: стирание различий или новый виток непонимания?

Ключевые вопросы для обсуждения: Парадокс глобализации: унификация коммуникационных практик (английский как lingua franca, глобальные соцсети) при одновременном росте культурного национализма. Что сегодня является большим барьером: языковые различия или глубинные культурные коды и ценности?

6. Неформальные коммуникации в организации: «жизненная кровь» коллектива или скрытая угроза управлению?

Ключевые вопросы для обсуждения: Феномен слухов (grapevine). Можно и нужно ли полностью контролировать неформальные каналы? Как руководство может использовать их для повышения эффективности вертикальных и горизонтальных коммуникаций? Являются ли неформальные коммуникации индикатором проблем в формальных?

7. Критерий успеха: по каким параметрам можно объективно оценить эффективность публичного выступления?

Ключевые вопросы для обсуждения: Эффективность на уровне достижения цели оратора vs. удовлетворенность аудитории. Роль обратной связи (вопросы, реакция, последующие действия). Что важнее: безупречная структура аргументации или харизма и эмоциональный контакт со слушателями?

Задания для поиска, анализа и систематизации информации

Задание 1. Создать «Хронологическую карту развития теорий коммуникации»

Суть задания: проследить эволюцию ключевых идей в теории коммуникации от античности до наших дней.

Задача для студента:

Найти информацию о основных философских и научных подходах к коммуникации в следующие периоды: Античность (риторика), Новое время, первая половина XX века (бихевиоризм, кибернетика), вторая половина XX века (интеракционизм, критическая теория), современность (дигитализация, сетевая коммуникация).

Систематизировать найденную информацию в виде таблицы или ленты времени, где для каждого периода указано:

Ключевые мыслители/теории.

Основная метафора коммуникации (например, «передача информации», «диалог», «ритуал»).

Предмет изучения (например, убеждение, смыслы, социальные структуры).

Результат: Визуализированная карта (инфографика, временная шкала), демонстрирующая, как менялось понимание коммуникации.

Задание 2. Провести сравнительный анализ коммуникативных барьеров в разных типах коммуникации

Суть задания: исследовать и классифицировать барьеры, характерные для различных контекстов общения.

Задача для студента:

Найти информацию о барьерах (шумах) в межличностной, групповой, организационной, межкультурной и массовой коммуникации.

Систематизировать найденную информацию, создав сравнительную таблицу. В таблице должны быть колонки:

Тип барьера (языковой, социальный, психологический, культурный, физический, организационный).

Проявление в межличностной коммуникации (пример).

Проявление в массовой коммуникации (пример).

Возможные стратегии преодоления для каждого случая.

Результат: Развернутая таблица, которая служит наглядным пособием для диагностики и решения коммуникативных проблем в разных сферах.

Задание 3. Разработать «Портфель компетенций эффективного коммуникатора» для выбранной профессии

Суть задания: на основе анализа требований рынка труда и теоретических материалов составить модель идеального коммуникатора для конкретной специальности (например, PR-менеджер, журналист, руководитель проекта, HR-специалист).

Задача для студента:

Найти:

Теоретические материалы о параметрах коммуникативной личности (мотивационный, когнитивный, функциональный).

Реальные вакансии и профессиональные стандарты для выбранной профессии, выделяя требуемые коммуникативные навыки.

Систематизировать информацию, создав структурированное резюме-профиль, которое включает:

Мотивационный профиль: Какие цели и потребности движут коммуникатором (например, влияние, информирование, служение, самопрезентация).

Когнитивный профиль: Какие знания необходимы (теории коммуникации, психология аудитории, особенности каналов, этика).

Функциональный профиль: Какие умения и техники (навыки публичных выступлений, ведения переговоров, написания текстов, активного слушания, невербальной коммуникации).

Результат: Детальный профиль-инструкция, связывающая теорию курса с практическими требованиями профессии.

Задание 4. Исследовать кейс неудачной коммуникационной кампании и подготовить аналитическую записку

Суть задания: применить комплекс знаний курса для анализа реального провала в сфере PR, рекламы или внутренних коммуникаций.

Задача для студента:

Найти в открытых источниках подробную информацию о конкретном провале (например, неудачный ребрендинг, скандальная реклама, провал внутренних реформ из-за плохой коммуникации).

Систематизировать анализ по следующему плану:

Описание кейса: Цели кампании, целевая аудитория, использованные каналы.

Диагностика проблем: Какие элементы коммуникационной цепи дали сбой (коммуникатор, сообщение, кодирование/декодирование, канал, обратная связь)? Какие барьеры (социальные, культурные, психологические) не были учтены?

Теоретическое обоснование: с помощью каких понятий и моделей из курса можно объяснить провал (например, модель Лассуэлла, теория культивации, спираль молчания, когнитивный диссонанс)?

Рекомендации: Что нужно было сделать иначе, опираясь на теорию коммуникации?

Результат: Аналитическая записка объемом 2-3 страницы, демонстрирующая способность применять теоретический аппарат для решения практических задач.

Задания для текущего тестирования

1. Коммуникации соответствует определение:

1) это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию;

2) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений;

3) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений;

4) это средства доведения информации до целевой аудитории;

5) это общие добровольные действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении).

2. Контекст коммуникативного процесса соответствует:

1) системе построения коммуникативного процесса с учетом известных или близких для получателя компонентов сообщения;

2) системе построения коммуникативного процесса с учетом социально-экономических характеристик получателя сообщения: статуса, доходов, уровня образования и т. д.;

3) системе построения коммуникативного процесса с учетом психологических характеристик получателя сообщения;

4) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении узнаваемых образов, мотивов, историй, созданных уже ранее в конкретном произведении;

5) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении архетипических символов, образов, знаков.

3. Автором концепции «вещественной коммуникации», основу которой составляют исследование социального дискурса как языка красок, субстанций, объемов и пространства, является:

4. Характерные признаки какого этапа истории коммуникации перечислены ниже:

1) социальная дифференциация общества по принципу грамотность / неграмотность;

2) книгопечатание и полиграфическая революция;

3) урбанизация общества;

4) формирование национальных библиотек.

5. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные характеристики:

1) основной функцией коммуникативной модели в организации является пропаганда: самой организации, ее продукции или услуг;

2) целью является привлечение одностороннего внимания, коммуникации ориентированы в основном на те группы общественности, которые определяют существование и эффективность организации;

3) информационная модель является сбалансированной, т. е. направлена на попытки организации изменить общественность. Организация рассматривается как источник, а общественность как потребитель информации;

4) поскольку принцип «обратной связи» не учитывается, то исследования общественного мнения не имеют принципиального значения;

5) примерами подобной модели могут быть продвижение продукта, спонсирование театральных постановок, рекламирование коммерческой организации, банка…

6. Коммуникантом является:

1) группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио — и телепередач;

2) получатель сообщения в коммуникационном процессе;

3) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений;

4) специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану;

5) специалист, в задачу которого входит продуцирование творческих идей, общее руководство творческим или информационно-аналитическим отделом.

7. Невербальными коммуникациями называют:

1) коммуникации посредством визуального текста;

2) коммуникации посредством устного слова;

3) коммуникации посредством жеста и слова;

4) коммуникации посредством письменной речи;

5) коммуникации посредством визуального и пластического текста.

8. Межличностной коммуникацией называют:

1) адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам;

2) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между группой и отдельным человеком, группой и группой;

3) коммуникацию, в которой принимает участие двое людей;

4) коммуникацию, осуществляемую между людьми с помощью различных средств, в том числе и масс-медиа;

5) коммуникацию, осуществляемую личностью с самой собой («размышления вслух или «про себя», «внутренний монолог»).

9. Какой исторический этап развития коммуникации в социуме характеризуется следующими чертами:

1) все члены общины выступают в роли и коммуникантов, и реципиентов;

2) для передачи смысловых сообщений используется четыре исходных канала;

3) никаких коммуникационных служб нет;

4) синкретичность (слитность) вербальных, музыкальных, иконических каналов в языческих ритуальных священнодействиях;

5) обожествление слова.

10. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

1) функции этой модели PR соотносятся с предоставлением общественности наиболее полной и точной информации об организации;

2) это односторонние коммуникации, и пиарщики играют роль «собственных корреспондентов». Но при этом, они стремятся учитывать интересы обеих сторон, поэтому общественное мнение имеет важное значение;

3) информационная модель является сбалансированной, т. е. стремится осуществить коррекции взаимоотношений между организацией и ее общественностью. Но при этом организация продолжает рассматриваться как источник, а общественность как потребитель информации;

4) исследования общественного мнения носят незначительный характер, и соотносятся, в основном, с анализом процессов аудиторного восприятия (т. е. исследуются технологические вопросы, например, процессы восприятия информации);

5) используется государственными учреждениями, общественно-полити-ческими организациями, ассоциациями и некоммерческими структурами.

11. Гипертексту соответствует определение:

1) линейный способ создания сообщения, использующий знаки письменного сообщения;

2) нелинейный способ создания сообщения, использующий различные виды коммуникации (слово, картинку, звук и др.);

3) последовательность осмысленных высказываний, передающих информацию, объединенных общей темой;

4) гиперриторический способ построения сообщения, главная задача которого описание другого текста;

5) способ создания сообщения, состоящий в том, что текст строится из цитат и реминисценций к другим текстам.

12. Коммуникатором является:

1) специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуальные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы;

2) человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам;

3) лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио — и телепередач;

4) отправитель сообщения в коммуникационном процессе;

5) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений.

13. Социокультурный подход к мифологической модели коммуникации как основе единства общества, «составной части человеческой цивилизации… матрице социального порядка и своду примеров нравственного поведения» характерен для:

14. В коммуникативном процессе убеждению соответствует стадия:

1) восприятие изменения, т. е. готовности подчиниться т. з. отправителя сообщения;

2) обеспечение надлежащей интерпретации;

3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;

4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;

5) обеспечение приема соответствующего сообщения.

15. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

1) основная функция модели состоит в том, чтобы защищать интересы организации. Поэтому именно научное убеждение (факты, доказательства, объяснения и т. д.) является основой коммуникативной деятельности;

2) это двусторонние коммуникации, отличающиеся несбалансированным характером. Информационное взаимодействие направлено на то, чтобы заставить общественность согласиться с мнением организации;

3) информационная модель использует принцип «обратной связи», но только для манипуляционных целей, отвечающим потребностям организации;

4) исследования носят оценочный характер. Их главные задачи состоят в том, чтобы определить отношение общественности к организации, и укрепить позитивное отношение в ее пользу;

5) примерами использования подобной модели могут быть коммерческие фирмы.

16. Аудиторией коммуникации является:

1) группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них;

2) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и находящихся в прямом взаимодействии друг с другом;

3) специально организованная группа людей, единение которых определяется и закрепляется коллективными действиями;

4) группа людей, которые получают информационные обращения;

5) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и получающих направленные информационные сообщения.

17. Представителем семиотики, предложившим ввести в классическую семиотическую модель коммуникации понятие «лексикодов», является:

18. Прагматика языка означает:

1) наука, изучающая соотношение между знаком и его смыслом;

2) наука, изучающая соотношение знаков друг с другом;

3) наука, изучающая соотношение знаков и их пользователей в конкретной коммуникативной ситуации;

4) наука, изучающая смысл коммуникативного сообщения, с точки зрения процессов управления;

5) наука, изучающая многозначность сообщения в конкретной коммуникативной ситуации.

19. Какую коммуникативную культуру определяют перечисленные особенности:

1) замена линейного текста нелинейным гипертекстом;

2) информационное общество;

3) проблема соотношения естественного и искусственного интеллектов (человек – компьютер);

4) социальная информация как ключевой экономический ресурс;

5) либерально-демократическая политическая ориентация общества.

20. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

1) функция двусторонней симметричной модели заключается в установлении взаимопонимания между организацией и общественностью;

2) имеет двусторонний сбалансированный характер, корректируя взаимоотношения между организацией и влияющей на нее общественностью;

3) информационная модель стремится установить такие отношения, которые были бы приемлемыми для обеих сторон. Поэтому появляется новый принцип информационного взаимодействия: обе стороны воспринимаются как группы, достигшие взаимного соглашения;

4) оценочная природа исследований соотносится с серьезным анализом общественного мнения, результаты которого в значительной степени корректируют деятельность организации;

5) примерами реализации подобной модели PR могут быть бизнес-агент-ства, деятельность которых определяется государством.

21. Массовой коммуникацией можно называть:

1) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень;

2) взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень;

3) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень, и с использованием технических средств;

4) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между специально организованной группой и отдельным человеком, группой и группой;

5) коммуникацию, направленную на внутреннюю или внешнюю среду организации.

22. Кодирование в коммуникационном процессе означает:

1) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью любых символов и кодов;

2) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью визуальных символов или кодов;

3) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью вербальных символов или кодов;

4) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью аудиальных символов или кодов;

5) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью пластических символов или кодов.

23. Вербальными коммуникациями называют:

1) коммуникации посредством визуального текста и пластики;

2) коммуникации посредством устного слова;

3) коммуникации посредством жеста и слова;

4) коммуникации посредством письменной речи;

5) коммуникации посредством письменной речи, визуального и пластического текста.

24. Качественными характеристика источника сообщения являются:

1) статус, надежность, квалификация отправителя;

2) тема сообщения, канал, сила воздействия коммуниканта;

3) статус, тема сообщения, квалификация отправителя;

4) тема сообщения, время обнародования сообщения, статус отправителя;

5) статус, тема сообщения и сила воздействия отправителя.

25. Инструктированию в коммуникативном процессе соответствует стадия:

1) обеспечение надлежащей интерпретации;

2) обеспечение приема соответствующего сообщения;

3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;

4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;

5) восприятие изменения, т. е. готовности подчиниться т. з. отправителя сообщения.

26. Ученые, исследующие массовую коммуникацию, авторы концепции «социальной семиотики»:

1) Ю. Лотман, Т. Тодоров;

2) П. Вайль, А. Генис;

3) Дж. Фиске, У. Эко;

4) Р. Ходж, Г. Кресс;

27. Коммуникации какого уровня характеризуются приведенными ниже характеристиками:

1) массовость аудитории;

2) гетерогенность аудитории;

3) использование высокоскоростных и репродуктивных текстов средств связи и информации;

4) быстрое распространение сообщений;

5) относительно небольшая потребительская стоимость информации.

28. Знак, план выражения, который похож на план содержания, в теории коммуникации называют:

29. Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:

1) процессы принятия решений аудитории, эмоциональный подъем, политические предпосылки;

2) возможности аудитории в области информационных операций и процессов принятия решений;

3) эмоциональный подъем, доминирование-подчинение, канал сообщения;

4) целевая аудитория, канал, контекст;

5) биографические данные, эмоциональный подъем аудитории, процессы принятия решений.

30. Коммуникация – это двусторонний процесс обмена сообщениями, с целью информирования, инструктирования и убеждения (Катлип, Сентер, Брум). Какая стадия не входит в процесс информирования:

1) привлечение внимания к данной коммуникации;

2) обеспечение приема соответствующего сообщения;

3) обеспечение надлежащей интерпретации;

4) обеспечение запоминания сообщения для его использования;

5) стимулирование активного обучения и получения практических навыков.

Задания и рекомендации по подготовке реферата / мультимедиа сообщений / материалов-презентаций и т.п.

Реферат должен соответствовать принятым в институте «Правилам выполнения письменных работ», в том числе требованиям к оригинальности таких работ.

Реферат – это вид учебно-исследовательской работы, выполненной на актуальную тему в рамках профильной проблематики, отражающей основные направления исследования по данной дисциплине. В процессе работы над содержанием реферата должно быть осуществлено следующее – выбраны и проанализированы основные методологические подходы, теории и концепции по теме.

Рекомендуется следующий алгоритм подготовки реферата:

1. Определить научные подходы, теории, концепции права, в рамках которых наиболее логично рассмотреть сущность темы и ее основных категорий;

2. Осуществить выбор литературы (зарубежной и отечественной), основываясь на которой можно раскрыть тему по заранее определенной логике ее представления;

3. Подготовить структуру (план реферата), разворачивание которой отражало бы как основные позиции в рамках различных дискурсов, так и анализ современных практик по выбранной теме реферата;

4. Разработать структуру реферата, которая включает основные составные части: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников, ссылки при цитировании обязательны;

5. Подготовить введение, которое включает краткое обоснование актуальности темы реферата, которое отражает то или иное направление научных исследований в рамках права;

6. Подготовить основную часть, которая включает:

– описание значимых для темы научных теорий, взглядов, подходов, в рамках которых необходимо рассматривать тему; анализ базовых категорий;

– специфику становления, формирования, развития тех или иных управленческих процессов с точки зрения правового подхода;

– анализ современного состояния, включая проблемы функционирования тех или иных аспектов практик;

7. Подготовить заключение, которое включает резюмирование результатов работы в рамках темы реферата: краткое заключение об актуальности темы и изложение основных результатов, которые получены в процессе ее изучения;

8. Обучающийся может получить консультации у преподавателя в связи с согласованием структуры реферата или методологических аспектов раскрытия выбранной темы.

Критерии оценивания реферата

– Степень раскрытия сущности вопроса:

а) соответствие плана теме реферата;

б) соответствие содержания теме и плану реферата;

в) полнота и глубина знаний по теме;

г) обоснованность способов и методов работы с материалом;

е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

– Обоснованность выбора источников: оценка использованной литературы: привлечены ли известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние данные, сводки, справки и т.д.).

– Соблюдение требований к оформлению:

а) правильность оформления ссылок на используемую литературу,

б) правильность оформления списка литературы;

в) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией;

г) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; иногда отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на вопросы даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на вопросы; отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Выбор варианта работы для студентов осуществляется по последней цифре в номере зачетной книжки по ключу, предложенному в следующей таблице:

Последняя цифра в номере зачетной книжки	Номер темы
1	1, 11, 21, 31
2	2, 12, 22, 32
3	3, 13, 23, 33
4	4, 14, 24, 34
5	5, 15, 25, 35
6	6, 16, 26, 36
7	7, 17, 27, 37
8	8, 18, 28, 38
9	9, 19, 29, 39
0	10, 20, 30, 40

Темы рефератов:

1. Многообразие подходов к определению понятия «коммуникация».

2. Научный вклад ведущих представителей лингвистического подхода в исследование феномена коммуникации.

3. Основные элементы коммуникационного процесса по Г. Лассвеллу.

4. Соотношение понятий «коммуникация» и «общение».

5. Основные составляющие социальной коммуникации.

6. Э. Тоффлер и его теория «третьей волны».

7. Особенности семиотического направления изучения коммуникации.

8. Основные признаки семиосферы, отмеченные Ю. Лотманом.

9. Символические формы взаимосвязей с отношениями власти по Дж.Б. Томпсону.

10. Семиотические и культурно-семиотические модели коммуникации.

11. Главные признаки языка, отличающие его от других знаковых систем.

12. Модель передачи информации с точки зрения вербальной коммуникации.

13. Особенности трех уровней исследования знаковых систем (прагматика, семантика, синтактика).

14. Особенности отношений между языком и политической историей, отмеченные Фердинандом Де Соссюром.

15. Невербальная коммуникация как «автономный язык», дополняющий речь.

16. Психодиагностика невербального поведения.

17. Национально-культурная специфика вербального и невербального общения народов России.

18. Влияние организации пространства и времени коммуникативного процесса на деловое общение.

19. Коммуникативная компетентность специалиста по связям с общественностью.

20. Мотивационные параметры коммуникативной личности.

21. Когнитивные характеристики коммуникативной личности.

22. Критерии оценки коммуникативной личности как социального феномена.

23. Социально значимые функции межличностной коммуникации.

24. Виды манипуляций и приемы манипуляторов, отмеченные Э.Шостромом.

25. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.

26. Способы воздействия в межличностной коммуникации.

27. Структура массовой коммуникации по П.Лазарсфельду и Р.Мертону.

28. Критерии эффективности массовой коммуникации.

29. Общие условия, обеспечивающие функционирование массовой коммуникации.

30. Основные характеристики и функции массовой коммуникации по Д.Маккуэйлу.

31. Средства массовой информации как главная коммуникативная сеть в системе социального управления.

32. Массовая коммуникация в сфере общественных отношений.

33. Причины возникновения коммуникационных барьеров.

34. Связь между понятиями «культура» и «межкультурная коммуникация».

35. Дайте характеристику основным субъектам и основным уровням межкультурной коммуникации.

36. Формы межкультурной коммуникации.

37. Позитивные и негативные результаты взаимодействия культур.

38. Основные отличия между европоцентризмом, американоцентризмом и афроцентризмом по теории П.С. Гуревича.

39. Культурный шок как конфликт старых и новых культурных норм и ценностей в представлении Л.Г. Ионина.

40. Лингвинистические и невербальные аспекты межкультурной коммуникации.

4. Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

По компоненте компетенций «Знать»:

В форме устного опроса:

1. Место теории коммуникации в системе социогуманитарного и естественнонаучного знания.
2. Основные этапы в развитии технических средств социальной коммуникации.
3. Основные теоретические подходы к изучению проблем коммуникации.
4. Основные модели коммуникации.
5. Социальные, психофизиологические и социокультурные барьеры коммуникации.
6. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности.
7. Актуальные проблемы межкультурной коммуникации.
8. Язык как инструмент социальной власти.
9. Язык социального статуса.
10. Язык и деловое общение.
11. Невербальные коммуникации.
12. Язык тела.
13. Межличностная коммуникация.
14. Коммуникативные стили межличностного общения.
15. Основные функции коммуникации в малой группе.
16. Особенности групповой коммуникации семьи.
17. Массовая коммуникация.
18. Массово-коммуникационные процессы в условиях общественной модернизации России.
19. Психологические типы коммуникаторов в организации.
20. Роль неформальных коммуникаций в организации.
21. Особенности процесса маркетинговых коммуникаций.
22. Политический маркетинг.
23. Интернет как специфический способ коммуникации.
24. Избирательная кампания как разновидность коммуникационной кампании.
25. Политическая коммуникация в информационном обществе.
26. Неформальная политическая коммуникация.

27. Политическая реклама как средство коммуникации.
28. PR - жанры как форма делового общения.
29. Публичная коммуникация и ее формы.
30. Межкультурная коммуникация.
31. PR как вид коммуникации.
32. Средства массовой информации в современном индустриально развитом мире.
33. Прикладные исследования аудитории средств массовой коммуникации.
34. Механизмы формирования общественного мнения, роль в этом средств массовой информации.
35. Эффективность коммуникации.
36. Значение лоббизма, спонсорства и меценатства в структуре коммуникационных связей.
37. Коммуникация в государственных и общественных структурах.
38. Коммуникация в коммерческой сфере.
39. Коммуникация в различных отраслях социальной сферы.
40. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях.
41. Офисная коммуникация.
42. Мифологическая и художественная коммуникации.

В форме тестирования:

1. Что из перечисленного входит в основные функции теории коммуникации как научной дисциплины?

а) Познавательная
б) Методологическая
в) Прогностическая
г) Все перечисленные

2. Кто из перечисленных элементов коммуникационной цепи НЕПОСРЕДСТВЕННО влияет на кодирование сообщения?

а) Аудитория
б) Коммуникатор
в) Канал связи
г) Обратная связь

3. Какая из характеристик относится к экстралингвистическому компоненту невербальной коммуникации?

а) Символическое значение жеста
б) Интонация и паузы в речи
в) Расстояние между собеседниками
г) Графическое оформление текста

4. Какой параметр коммуникативной личности отвечает за цели и потребности, которые человек стремится удовлетворить в общении?

а) Когнитивный
б) Функциональный
в) Мотивационный
г) Перцептивный

5. Основным недостатком принятия группового решения часто считается:
а) Повышение легитимности решения
б) Группомыслие (groupthink)
в) Большее разнообразие идей
г) Снижение личной ответственности

6. Вертикальные коммуникации в организации – это:
а) Обмен информацией между отделами одного уровня
б) Обмен информацией между руководителями и подчиненными
в) Неформальные каналы распространения слухов
г) Коммуникации с внешними клиентами

7. Какой жанр НЕ относится к публичной коммуникации?
а) Монолог
б) Диалог
в) Личная беседа
г) Дискуссия

8. Понятие «стереотипизация» в межкультурной коммуникации – это:
а) Точное понимание культурных различий
б) Приписывание характеристик индивиду на основе его групповой принадлежности
в) Стремление к адаптации в новой культуре
г) Процесс обучения иностранным языкам

9. Какая из перечисленных моделей политической коммуникации предполагает непосредственную реакцию аудитории и её влияние на коммуникатора?
а) Линейная модель (Лассуэлла)
б) Двухступенчатая модель
в) Интерактивная (диалоговая) модель
г) Магическая пуля

10. Какой из перечисленных барьеров относится к социальным барьерам коммуникации?
а) Различный словарный запас собеседников
б) Разное социальное положение коммуникантов
в) Шум в канале связи
г) Плохое зрение слушателя

11. Что из перечисленного НЕ является функцией массовой коммуникации на уровне общества?

а) Информационная

б) Культурологическая

в) Эмоциональная разрядка для индивида

г) Социального контроля

12. Прагматика в семиотике – это:

а) Изучение отношений между знаками

б) Изучение внутреннего устройства знаков

в) Изучение отношений между знаками и их пользователями

г) Изучение объективного значения знаков

13. Какой эффект межличностного восприятия описывает тенденцию переоценивать личностные качества и недооценивать ситуационные причины при объяснении поведения другого человека?

а) Эффект ореола

б) Фундаментальная ошибка атрибуции

в) Эффект первичности

г) Стереотипизация

14. Что из перечисленного является примером паралингвистики?

а) Скрещенные на груди руки

б) Прямой взгляд в глаза

в) Тембр голоса и громкость речи

г) Использование профессионального жаргона

15. Основная цель коммуникации как функции управления в организации – это:

а) Обеспечение социального взаимодействия

б) Передача эмоционального состояния

в) Достижение понимания и координации действий для выполнения целей

г) Устранение неформальных каналов общения

По компоненте компетенций «Уметь»:

1. Как можно проанализировать развитие теории коммуникации от античной риторики до современных концепций массовой коммуникации?

2. Как можно применить основные философские подходы к коммуникации для анализа современного медиапространства, например, социальных сетей?

3. Как спроектировать базовую модель коммуникационного процесса для объяснения эффективности или неэффективности конкретной рекламной кампании?

4. Как проанализировать коммуникативные барьеры, возникшие в ситуации непонимания между собеседниками, и предложить пути их преодоления?

5. Как проанализировать речь публичного человека с точки зрения соотношения вербальных и невербальных компонентов и их влияния на общее впечатление?

6. Как разработать стратегию аргументации для убеждения условного оппонента в ходе дискуссии на заданную тему?

7. Как проанализировать коммуникативный стиль человека, опираясь на параметры коммуникативной личности (мотивационный, когнитивный, функциональный)?

8. Как объяснить возникновение конфликта в межличностном общении через эффекты межличностного восприятия (стереотипизация, гало-эффект и др.)?

9. Как оценить эффективность коммуникационных процессов в малой группе (например, в учебном проекте) и предложить пути их оптимизации?

10. Как проанализировать воздействие конкретного средства массовой коммуникации (телепередача, новостной портал) на целевую аудиторию с точки зрения выполнения им своих функций?

11. Как диагностировать проблемы, связанные с нарушением вертикальных или горизонтальных коммуникационных потоков в организации, и предложить решения?

12. Как проанализировать технологию политического маркетинга и используемые модели политической коммуникации на примере конкретной предвыборной кампании?

13. Как подготовить структуру и содержательное наполнение публичного выступления в заданном жанре деловой коммуникации (презентация, отчет, убеждающая речь)?

14. Как проанализировать пример коммуникативного неуспеха в межкультурной среде и предложить рекомендации по его предотвращению?

15. Как разработать систему критериев для оценки эффективности коммуникативного акта, учитывая обратную связь и возможные барьеры?

По компоненте компетенций «Владеть навыками»:

1. Проанализируйте, как проблема коммуникации в античной культуре (например, риторика Платона или Аристотеля) отличается от подхода к коммуникации в эпоху массмедиа (например, в теориях массовой коммуникации).

2. Сравните философский и социологический подходы к построению теории коммуникации. Какой из них, на ваш взгляд, более применим для анализа современных социальных сетей? Обоснуйте свою точку зрения.

3. Спроектируйте коммуникационную кампанию для запуска нового продукта, описав роль и влияние каждого элемента коммуникационной цепи (коммуникатор, содержание, аудитория) на её эффективность.

4. Проанализируйте конкретный пример неудачной рекламы или публичного выступления. Какие коммуникативные барьеры (и какой природы: социальные, психологические, языковые) стали причиной провала? Предложите пути их преодоления.

5. Проанализируйте видеозапись короткого публичного выступления (например, TED Talk). Опишите, как оратор использует невербальные средства (жесты, мимику, позу, контакт глаз) для усиления или ослабления вербального сообщения.

6. Разработайте стратегию аргументации для убеждения руководства в необходимости увеличения бюджета на ваш проект. Какие тактики аргументации вы используете и почему?

7. Проанализируйте коммуникативный стиль известного публичного человека (политика, бизнес-лидера, медийной персоны) по параметрам коммуникативной личности (мотивационный, когнитивный, функциональный). К какому типу вы бы его отнесли?

8. Опишите ситуацию возникновения конфликта из-за эффектов межличностного восприятия (например, эффект ореола или стереотипизации). Предложите, какие коммуникативные действия могли бы исправить ситуацию.

9. Оцените достоинства и недостатки процесса принятия группового решения методом «мозгового штурма». С какими коммуникативными трудностями может столкнуться группа и как модератор может их преодолеть?

10. Спроектируйте макет информационного сообщения для СМИ на одну и ту же тему, но для двух разных целевых аудиторий (например, для молодёжи и для людей старшего поколения). Объясните, чем обусловлены различия в содержании и форме, с точки зрения функций и эффективности массовой коммуникации.

11. Диагностируйте проблемы в гипотетической организации, где отделы плохо взаимодействуют друг с другом. Предложите меры по улучшению горизонтальных и вертикальных коммуникаций, обосновав свой выбор.

12. Проанализируйте предвыборную кампанию любого политика. Какие модели политической коммуникации и инструменты политического маркетинга в ней использовались? Насколько они были эффективны?

13. Подготовьте тезисы и структуру публичного выступления в одном из жанров деловой коммуникации (например, презентация проекта, отчёт о результатах работы, мотивационная речь для сотрудников). Обоснуйте выбор стратегии и тактики для вашей целевой аудитории.

14. Проанализируйте кейс неудачи международного бренда на новом рынке (например, неудачный перевод названия, неучёт культурных норм). Определите, какие типы межкультурных различий и барьеров не были учтены. Разработайте рекомендации по их преодолению.

15. Разработайте критерии для оценки эффективности внутренней коммуникации в компании. Какие виды обратной связи и методы преодоления барьеров вы предложите для регулярного использования?

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств представлены в трех взаимосвязанных блоках.

Первый блок – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «знать» и «уметь», в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

Третий блок – задания на уровне «знать», «уметь», «владеть». Он представлен кейс-заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее, как правило, из описания реальной практической ситуации или ситуации, приближенной к практике. Выполнение студентом кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. В отличие от первых двух блоков задания третьего блока носят интегральный (summative) характер и позволяют формировать нетрадиционный способ мышления, характерный и необходимый для современного человека. Решение студентами подобного рода нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о степени влияния процесса изучения дисциплины на формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки выполнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблица 4).

Таблица 4 – Модель оценки выполнения заданий ФОС

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание

5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетвори тельно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовлетво рительно (не зачтено)	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Данная модель, являясь студентоцентрированной, позволяет сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в обучении.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов направления подготовки.