

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине

**КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

**В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И БРЕНДИНГЕ**

для направления подготовки **42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью»**  
профиль **«Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах»**

## 1. Описание показателей (дескрипторов) и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Контроль качества освоения дисциплины (модуля) включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Компетенции	Показатели (дескрипторы)	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточная аттестация)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
ОПК-1.2.	Знать	Знать специфику подготовки отдельных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов.	Знать специфику подготовки разных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов.	Глубоко, ориентируясь на собственный практический опыт, знать специфику подготовки разных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов.	Опрос-собеседование; План-конспект; Библиография по теме
	Уметь	Уметь осуществлять подготовку отдельных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов	Уметь осуществлять подготовку разных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Уметь, ориентируясь на собственный практический опыт, осуществлять подготовку разных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Медиапрезентации; Творческие задания; Решение ситуационной задачи

ОПК-3.2	Владеть	Владеть отдельными навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров	Владеть навыками подготовки разных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Владеть навыками подготовки различных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Творческие задания; Проектная мастерская
	Знать	Частично знать особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью	Знать особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры	На основе собственного практического опыта знать особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры	План-конспект; Эссе-рецензия; Опрос-собеседование
	Уметь	Уметь создавать отдельные тексты рекламы и связей с общественностью	Уметь создавать эффективные тексты рекламы и связей с общественностью с учетом достижений отечественной и мировой культуры	На основе собственного практического опыта уметь создавать эффективные тексты рекламы и связей с общественностью с учетом достижений отечественной и мировой культуры	Медиапрезентации; Творческие задания; Дискуссия.

	Владеть	Владеть отдельными технологиями использования средств художественной выразительности в процессе создания основных текстов рекламы и связей с общественностью	Владеть технологиями использования средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	На основе собственного практического опыта Владеть различными технологиями использования средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Творческие задания; Проектная мастерская
ПК-1.1	Знать	Частично знать особенности авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать особенности авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику медиатекста	На основе собственного практического опыта глубоко знать особенности авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику медиатекста	План-конспект; Эссе-рецензия
	Уметь	С помощью поддержки со стороны практика или преподавателя уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью	Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью с целью достижения максимальной эффективности	На основе собственного практического опыта уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью с целью достижения максимальной эффективности	Медиапрезентации; Творческие задания; Контрольная работа.

ПК-6.1.	Владеть	Владеть отдельными технологиями подготовки рекламы для печатных и электронных средств массовой информации	Владеть технологиями подготовки рекламы для печатных и электронных средств массовой информации с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	На основе собственного практического опыта владеть различными технологиями подготовки рекламы для печатных и электронных средств массовой информации с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Творческие задания; Проектная мастерская;
	Знать	Знать отдельные маркетинговые инструменты	Знать основные маркетинговые инструменты и принципы создания мониторинга обратной связи	На основе собственного практического опыта знать различные маркетинговые инструменты и принципы создания мониторинга обратной связи	План-конспект; Эссе-рецензия
	Уметь	С поддержкой со стороны практика или преподавателя уметь планировать производство и (или) реализацию коммуникационного продукта	Уметь планировать производство и (или) реализацию коммуникационного продукта, работать с разными целевыми группами	На основе собственного практического опыта уметь планировать производство и (или) реализацию коммуникационного продукта, работать с разными целевыми группами	Медиапрезентации; Творческие задания; Контрольная работа.

	Владеть	Владеть отдельными технологиями реализации коммуникационного продукта	Владеть технологиями планирования производства и (или) реализации коммуникационного продукта, выполнения маркетинговых исследований, осуществления мониторинга	На основе собственного практического опыта владеть технологиями планирования производства и (или) реализации коммуникационного продукта, выполнения маркетинговых исследований, осуществления мониторинга	Творческие задания; Проектная мастерская;
--	---------	---	--	---	--

## 2. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

### 2.1. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля), компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Творчество – важнейшее атрибутивное свойство человека и предмет актуальных научных исследований Структура и специфика творческого процесса	ОПК-1.2.; ОПК- 3.2.;	Медиапрезентация - доклад. Опрос-собеседование. Творческая мастерская. Дискуссия. Творческие задания. Библиография по теме
2	Разновидности творческой деятельности в ПР и рекламе	ОПК-1.2.; ОПК- 3.2.;	Составление обобщающей таблицы. План-конспект. Доклад. Медиапрезентация - доклад. Творческие задания.
3	Ментально-мировоззренческая структура смысловой сферы журналиста	ОПК-1.2.; ОПК- 3.2.;	Составление обобщающей таблицы. Проектная мастерская. Творческое задание. Медиапрезентация - доклад.
4	Психология творческих способностей в контексте профессиональной деятельности	ОПК-1.2.; ОПК- 3.2.;	Медиапрезентация - доклад. Терминологический диктант. Творческое задание.

			Проект
5	Факторы интереса современной аудитории	ОПК-1.2.; ОПК- 3.2.; ПК-1.1.; ПК-6.1.	Медиапрезентация - доклад. Досье «Технология воздействия в СМИ». Решение ситуационной задачи
6	Креативные текстовые технологии в PR и рекламе	ОПК-1.2.; ОПК- 3.2.; ПК-1.1.; ПК-6.1.	Составление обобщающей таблицы/ схемы: Творческое задание. Медиапрезентация - доклад.
7	Креативный потенциал коллектива	ОПК-1.2.; ОПК- 3.2.; ПК-1.1.; ПК-6.1.	Конспект-план Творческие задания Эссе-рецензия по прочитанной литературе
8	Диагностика творческих способностей	ОПК-1.2.; ОПК- 3.2.;	Конспект-план. Тестирование. Творческие задания

#### Критерии оценивания опроса-собеседования, коллоквиума

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<i>В ответе обучающегося отражены основные концепции и теории по данному вопросу, проведен их критический анализ и сопоставление, описанные теоретические положения иллюстрируются практическими примерами и экспериментальными данными. Обучающимся формулируется и обосновывается собственная точка зрения на заявленные проблемы, материал излагается профессиональным языком с использованием соответствующей системы понятий и терминов</i>
«хорошо»	<i>В ответе обучающегося описываются и сравниваются основные современные концепции и теории по данному вопросу, описанные теоретические положения иллюстрируются практическими примерами, обучающимся формулируется собственная точка зрения на заявленные проблемы, однако он испытывает затруднения в ее аргументации. Материал излагается профессиональным языком с использованием соответствующей системы понятий и терминов</i>
«удовлетворительно»	<i>В ответе обучающегося отражены лишь некоторые современные концепции и теории по данному вопросу, анализ и сопоставление этих теорий не проводится. Обучающийся испытывает значительные затруднения при иллюстрации теоретических положений практическими примерами их практики работы структур по СО и рекламе, СМИ. У обучающегося отсутствует собственная точка зрения на заявленные проблемы. Материал излагается профессиональным</i>

	<i>языком с использованием соответствующей системы понятий и терминов</i>
«неудовлетворительно»	<i>Ответ обучающегося не отражает современные концепции и теории по психологии функционирования структур по СО и рекламе, СМИ. Обучающийся не может привести практических примеров. Материал излагается «житейским» языком, не используются понятия и термины соответствующей научной области. Ответ отражает систему обыденных представлений обучающегося на заявленную проблему, обучающийся не может назвать ни одной научной теории, не дает определения базовым понятиям</i>

**Критерии и шкала оценивания обобщающей таблицы (плана-конспекта, досье и др.) как итог работы с текстом, дискурсом СМИ по обобщению, систематизации и структурированию учебной и научной информации**

Умение проводить смысловую группировку текста, дискурса СМИ выделять основополагающие идеи	1 балл
Умение подкреплять выделенные в тексте смысловые блоки соответствующей иллюстративной базой	1 балл
Умение формулировать оценочные суждения, свою точку зрения о социально-психологических проблемах СМИ	1 балл
<b>Оценка:</b>	
<b>Зачтено</b>	3 балла
<b>Не зачтено</b>	1 бал

**Критерии и шкала оценивания индивидуальных творческих заданий**

Оценка	Критерии оценки
«зачтено»	<i>Обучающийся правильно выполнил индивидуальное творческое задание. Продемонстрировал креативное мышление. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.</i>
«не зачтено»	<i>При выполнении индивидуального творческого задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Допущено множество неточностей. Выполненное задание отличается шаблонностью в представлении обрабатываемой фактуры.</i>

**Критерии и шкала оценивания дискуссионных тем для круглого стола**

Оценка	Критерии оценки
«зачтено»	<i>Обучающийся полно излагает изученный материал, даёт правильное определение понятий; 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 с точки зрения норм литературного языка.</i>
«не зачтено»	<i>Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке материала. Затрудняется в высказывании собственной точки зрения по рассматриваемому вопросу.</i>

**Критерии и шкала оценивания докладов, презентаций**

Оценка	Критерии оценки
«зачтено»	<i>Доклад создан с использованием компьютерных технологий (презентация Power Point, Flash–презентация, видео-презентация и др.) Используются дополнительные источники информации. Содержание заданной темы раскрыто в полном объеме. Отражена структура доклада (вступление, основная часть, заключение, присутствуют выводы и примеры). Оформление работы, соответствует предъявляемым требованиям. Оригинальность выполнения (работа сделана самостоятельно, представлена впервые)</i>
«не зачтено»	<i>Доклад сделан устно, без использования компьютерных технологий. Содержание доклада ограничено информацией. Заданная тема доклада не раскрыта, основная мысль сообщения не передана.</i>

### Критерии и шкала оценивания тестирования

Оценка	Критерий оценки
«зачтено»	<i>Выполнение более 60% тестовых заданий</i>
«не зачтено»	<i>Выполнение менее 60% тестовых заданий</i>

### Критерии оценивания творческой контрольной работы

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<i>Обучающийся полностью и правильно выполнил задание контрольной работы. Показал отличные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала. Продемонстрировал знание роли и понимание значения психологии массовых коммуникаций в системе работы специалиста по СО и рекламе.</i>
«хорошо»	<i>Обучающийся выполнил задание контрольной работы с небольшими неточностями. Показал хорошие знания и умения в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в анализе практического материала</i>
«удовлетворительно»	<i>Обучающийся выполнил задание контрольной работы с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала. Не использовал иллюстративную базу для анализа проблемы.</i>
«неудовлетворительно»	<i>Обучающийся не справился с анализом предлагаемой темы, проявил недостаточный уровень знаний и умений</i>

### Критерии и шкала оценивания проекта

Соответствие подобранных научных и эмпирических материалов тематике проекта	1 балл	
Актуальность, оригинальность и самостоятельность выбора иллюстративного материала	1 балл	
Полнота раскрытия структурных компонентов проекта, их состоятельность	1 балл	
Форма предоставления результатов проекта, в т.ч. с использованием ИКТ	2 балла	
Общее восприятие проекта, его эмоциональное воздействие, убедительность фактического материала	1 балл	
Эффективность проведения тренинговой части проекта (по оценки участников)	1 балл	
<b>Оценка:</b>	<i>отлично</i>	7 баллов
	<i>хорошо</i>	5 баллов
	<i>удовлетворительно</i>	3 балла
	<i>неудовлетворительно</i>	2 балла

### Критерии оценивания проектной мастерской

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<i>Обучающийся излагает материал логично, грамотно, без ошибок; свободное владеет профессиональной терминологией; умеет высказывать и обосновать свои суждения; дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; организует связь теории с практикой работы СМИ, рекламных агентств и структур по СО. Выстраивает эффективную коммуникацию с аудиторией – слушателями.</i>
«хорошо»	<i>Обучающийся грамотно излагает материал; ориентируется в материале; владеет профессиональной терминологией; осознанно применяет теоретические знания для решения поставленных проблем, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности и слабо подкреплена опытом медийной работы. Затрудняется заинтересовать слушателей проблематикой мастерской, тем не менее вовлекает их в коллективную работу.</i>
«удовлетворительно»	<i>Обучающийся излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения поставленных вопросов, не может доказательно обосновать свои суждения; обнаруживается недостаточно глубокое понимание предлагаемого материала. Не способен предложить аудитории варианты конкретных проблемных ситуаций профессиональной деятельности в рамках заявленной темы.</i>
«неудовлетворительно»	<i>В ответе обучающийся проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для формулирования и разрешения проблемной ситуации в профессиональной деятельности</i>

### Критерии оценивания ролевой игры (моделирование проблемной ситуации)

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<i>Правильное решение задач ролевой игры, подробная аргументация обучающимся своего решения, хорошее знание теоретических аспектов решения проблемы, со ссылками на особенности профессиональной деятельности в структурах по СО и рекламе, СМИ</i>
«хорошо»	<i>Решение задач ролевой игры, аргументация обучающимся своего решения, определённое знание теоретических аспектов решения проблемы, со ссылками на особенности профессиональной деятельности в структурах по СО и рекламе, СМИ</i>
«удовлетворительно»	<i>Частично правильное решение задач ролевой игры, недостаточная аргументация обучающимся своего решения без ссылок на особенности профессиональной деятельности в структурах по СО и рекламе, СМИ</i>
«неудовлетворительно»	<i>Неправильное решение задач ролевой игры, отсутствие у обучающегося необходимых знаний теоретического и практического характера</i>

### Критерии и шкала оценивания эссе-рецензии: интерпретация текста-первоисточника

Краткая аннотация прочитанного, написанная от первого лица		1 балл
Креативный подход в изложении материала		1 балл
Выделение основных идей текста, знание содержания первоисточника		1 балл
Оригинальная интерпретация текста		1 балл
Соотнесение текста с проблематикой изученного учебного материала		1 балл
<b>Оценка</b>	<i>Отлично</i>	5-4 баллов
	<i>Хорошо</i>	3 балла
	<i>Удовлетворительно</i>	2 балла
	<i>Неудовлетворительно</i>	1 балл

### 2.3. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации

Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать индивидуальный балл студента по дисциплине по результатам текущего контроля, реализуемого в форме балльно-рейтинговой системы оценивания, т.к. оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины.

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

#### Критерии оценивания ответов при собеседовании

Шкала оценивания	Критерии	Уровень освоения компетенций
Зачтено	<i>участие в выполнении практических заданий в течение семестра; наличие необходимых знаний в объеме пройденного программного материала, демонстрация умения применять полученные знания на практике</i>	Стандартный
Не зачтено	<i>отсутствие пакета семестровых заданий; наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.</i>	Компетенции не сформированы

Дополнительная промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется четырехбалльная шкала (100-балльная): «Отлично», «Хорошо», «Удовлетворительно», «Неудовлетворительно».

#### Основные виды систем оценивания

Европейская	100-балльная	4-балльная	2-балльная
A	94-100	отлично	зачтено
A-	90-94		
B+	85-89		
B	80-84	хорошо	
B-	75-79		
C+	70-74		
C	65-69	удовлетворительно	
C-	60-64		
D	55-59		
F	50-54	неудовлетворительно	не зачтено

Шкала оценивания	Критерии	Уровень освоения компетенций
Отлично	<i>активное участие в выполнении практических заданий в течении семестра; наличие глубоких и исчерпывающих знаний в объеме пройденного программного материала, правильные и уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание дополнительно рекомендованной литературы</i>	Эталонный
Хорошо	<i>выполнение практически всех заданий в течении семестра; наличие твердых и достаточно полных знаний программного материала, незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала</i>	Стандартный
Удовлетворительно	<i>50 % выполненных заданий в течении семестра; наличие твердых знаний пройденного материала, изложение ответов с ошибками, уверенно исправляемыми после дополнительных вопросов, необходимость наводящих вопросов, правильные действия по применению знаний на практике</i>	Пороговый
Неудовлетворительно	<i>отсутствие пакета семестровых заданий; наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.</i>	Компетенции не сформированы

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

### **3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости**

#### **ТЕСТИРОВАНИЕ ДИАГНОСТИКА НЕВЕРБАЛЬНОЙ КРЕАТИВНОСТИ** (методика Э.Торренса, адаптирована А. Н.Ворониным, 1994)

##### **Условия проведения**

Тест может проводиться в индивидуальном или групповом варианте. Для создания благоприятных условий тестирования руководителю необходимо минимизировать мотивацию достижения и сориентировать тестируемых на свободное проявление своих скрытых способностей. При этом лучше избегать открытого обсуждения предметной направленности методики, т.е. не нужно сообщать о том, что тестируются именно творческие способности (особенно творческое мышление). Тест можно представить как методику на “оригинальность”, возможность выразить себя в образном стиле и т.д. Время тестирования по возможности не ограничивают, ориентировочно отводя на каждую картинку по 1 - 2 мин. При этом необходимо подбадривать тестируемых, если они долго обдумывают или медлят.

Предлагаемый вариант теста представляет собой набор картинок с некоторым набором элементов (линий), используя которые, испытуемым необходимо дорисовать картинку до некоторого осмысленного изображения. В данном варианте теста используется 6 картинок, которые не дублируют по своим исходным элементам друг друга и дают наиболее надежные результаты.

В тесте используются следующие показатели креативности:

1) *Оригинальность* (Ор), выявляющая степень непохожести созданного испытуемым 20 изображения на изображения других испытуемых (статистическая редкость ответа). При этом следует помнить, что двух идентичных изображений не бывает, соответственно, говорить следует о статистической редкости типа (или класса) рисунков. В прилагаемом атласе приведены различные типы рисунков и их условные названия. Следует учесть, что условные названия рисунков, как правило, не совпадают с названиями рисунков, данными самими испытуемыми. Поскольку тест используется для диагностики невербальной креативности, названия картинок, предложенные испытуемыми, из последующего анализа исключаются и используются только в качестве вспомогательного средства для понимания сути рисунка.

2) *Уникальность* (Ун), определяемая как сумма выполненных заданий, не имеющих аналогов в выборке (атласе рисунков).

**Инструкция к тесту:** Перед вами бланк с недорисованными картинками. Вам необходимо дорисовать их, обязательно включая предложенные элементы в контекст и стараясь не выходить за ограничительные рамки рисунка. Дорисовывать можно что угодно и как угодно, бланк при этом можно вращать. После завершения рисунка необходимо дать ему название, которое следует подписать в строке под рисунком.

**Обработка результатов тестирования:** Для интерпретации результатов тестирования ниже представлен атлас типичных рисунков. К каждой серии рисунков рассчитан индекс Ор по выборке. Для оценки результатов тестирования испытуемых предлагается следующий алгоритм действий. Необходимо сопоставить дорисованные картинки с имеющимися в атласе, обращая внимание при этом на использование сходных деталей и смысловых связей; при нахождении схожего типа присвоить данному рисунку оригинальность, указанную в атласе. Если в атласе нет такого типа рисунков, то оригинальность данной дорисованной картинки считается 1,00, т.е. она уникальна. Индекс оригинальности подсчитывается как среднее арифметическое оригинальностей всех картинок, индекс уникальности – как сумма всех уникальных картинок.

### **ДИАГНОСТИКА ВЕРБАЛЬНОЙ КРЕАТИВНОСТИ**

(методика С.Медника, адаптирована А.Н.Ворониным, 1994)

Методика направлена на выявление и оценку существующего у испытуемых, но часто скрытого или блокируемого вербального креативного потенциала. Время на выполнение заданий не ограничивается, но поощряются временные затраты на каждую тройку слов не более 2-3 мин.

#### **Инструкция к тесту**

Вам предлагаются тройки слов, к которым необходимо подобрать еще одно слово так, чтобы оно сочеталось с каждым из трех предложенных слов. Например, для тройки слов “громко – правда – медленно” ответом может служить слово “говорить” (громко говорить, говорить правду, медленно говорить). Вы можете изменять слова грамматически и использовать предлоги, не изменяя при этом стимульные слова как части речи. Постарайтесь, чтобы ваши ответы были как можно оригинальнее и ярче, попробуйте преодолеть стереотипы и придумать нечто новое. Постарайтесь придумать максимальное количество ответов на каждую тройку слов.

#### **Интерпретация результатов тестирования**

Для оценки результатов тестирования предлагается следующий алгоритм действий. Необходимо сопоставить ответы испытуемых с имеющимися типичными ответами и при нахождении схожего типа присвоить данному ответу оригинальность, указанную в

списке. Если в списке нет такого слова, то оригинальность данного ответа считается равной 1,00.

Индекс оригинальности подсчитывается как среднее арифметическое оригинальностей всех ответов. Количество ответов может не совпадать с количеством “троек слов”, так как в одних случаях испытуемые могут дать несколько ответов, а в других – не дать ни одного. Индекс уникальности равен количеству всех уникальных (не имеющих аналогов в типовом перечне) ответов.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ПРИМЕРНЫХ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ:**

### **Темы научных исследований (Творческая контрольная работа):**

Архетип в контексте современной рекламы.  
Вербальные средства сенсорного и интерсенсорного воздействия (запахи, звуки, вкус и т.д.).  
Воображение как способ творческого конструирования образной реальности.  
Диагностика творческих способностей.  
Динамика становления творческих способностей.  
Измененные состояния сознания и проблема творческой деятельности.  
Инструментарий логосферы СМИ в контексте создания эффективного рекламного текста.  
Когнитивный стиль личности и процесс творческого мышления.  
Контексты эффективной организационной коммуникации в СМИ: теория и практика.  
Концепт «творчество» в рекламном тексте.  
Культуротворческий потенциал информационных технологий.  
Основные модели эффективного PR-специалиста.  
Проблема самопознания и творчества.  
Психологические аспекты профессионального становления специалиста по связям с общественностью и рекламе.  
Психологические особенности творческой личности.  
Психология национального юмора в современной рекламе.  
Развитие творческой личности.  
Стратегия профессионального самосохранения личности специалиста по связям с общественностью и рекламе.  
Структура одаренности.  
Творческое мышление автора медиатекста и психологическая защита.  
Формирование коммуникативной креативности в медиасреде.

### **Варианты практических заданий:**

Тема 1. Пресс-релиз как основной оперативно-новостной жанр. Принципы составления и оформления. Креативные подходы к составлению и оформлению.  
Тема 2. Креативные подходы в создании и оформлении простых первичных PR-текстов.  
Тема 3. PR-тексты, креативные подходы.  
Тема 4. Комбинированные и смежные PR-тексты, креативные подходы.  
Тема 5. Креативный потенциал коллектива. Методы повышения уровня творческих возможностей сотрудников отдела рекламы.

### **Таблица-схема: «Сходство и различие различных СМИ: создание рекламы»**

**Задание:** заполните таблицу, указав отличительные особенности канала коммуникации при создании рекламного текста. Покажите стрелками грани взаимодействия работы в разных СМИ.

<i>Канал коммуникации</i>	<i>Задачи автора медиатекста</i>	<i>Средства взаимодействия с аудиторией (слово, звук,</i>
---------------------------	----------------------------------	---

		<i>картинка, графика ...)</i>
Газета		
Радио		
Телевидение		
Интернет-СМИ		

### **Досье «Технологии воздействия в СМИ»**

Заведите картотеку популярных, активно используемых технологий воздействия на массовое сознание в ПР-текстах (или рекламе). Вверху карточки укажите метод, дайте ему определение, далее (или с обратной стороны карточки) приведите примеры его использования.

#### **Ситуационные задачи:**

##### **Задача «Разработка эффективного текста рекламы»**

Два партнера организовали фирму с небольшим штатом работников, которая занимается изготовлением стульев, канапе и табуретов отличного качества и разных конструкций. Их основные торговые точки - несколько лондонских магазинов. Переехав в новое помещение в пригороде, партнеры решили расширить производство, для чего им было необходимо подыскать новых торговцев в радиусе 100 км от своего предприятия.

Они обратились в несколько магазинов в выбранном районе, но большинство из них гораздо меньше лондонских и заинтересованы в рекламе. Партнеры начинают понимать, какую роль может сыграть реклама в налаживании распределения. После некоторого размышления они осознают, что в то же время она обеспечит им и большую степень контроля над процессом продаж.

Изучив данные о рекламных расценках местных журналов и газет, и выделив значительные средства на типографские работы, партнеры пришли к выводу, что проведение пробной рекламной кампании будет обосновано. Особый интерес для потребителей представляют преимущества предлагаемого товара, включая и методы его производства. Характеризуя продукцию партнеров, можно выделить следующее:

- типы производимой мебели. Стулья обеденного набора, в том числе резные, двух видов. Кресла для отдыха и канапе трех видов. Табуреты кухонные, для баров и сада;
- материалы. Лучшие сорта выдержанных тиса, дуба и красного дерева или других пород на заказ. Отборные древесины и фанера тщательно подобраны друг к другу. Обивка из лучших сортов кожи и тканей ручной выработки; дизайн. Модели созданы ведущими промышленными дизайнерами; производство.

После машинной обработки каждая деталь проходит тщательную проверку и при необходимости доводится перед сборкой вручную. Каждое изделие перед вощением или полировкой проверяется специалистами с помощью традиционных методов контроля. Обивка изготавливается ремесленниками, которые также пользуются традиционными приемами труда и материалами. Перед отгрузкой каждое изделие самым тщательным образом проверяется и принимается одним из партнеров;

- гарантии. За исключением случаев естественного износа, случайного повреждения или преднамеренно неправильного использования каждое изделие имеет гарантию пятилетнего срока службы. Для поддержания репутации производителя изделий исключительного качества, фирма всегда в полной мере выполняет свои гарантийные обязательства.

##### *Вопросы и задания*

Сформулируйте основополагающие заявления для рекламного сообщения, позволяющие позиционировать товар.

Определите наиболее подходящий слоган для рекламного сообщения.

Напишите текст рекламного сообщения (15-20 строк).

##### **Задача «Создание телевизионного рекламного ролика»**

Рекламное агентство получило заказ на создание телевизионной рекламы лыж, торога и крупной авиакомпании. Представьте себе, что творческая группа по телерекламе - это Вы. Попробуйте описать содержание ролика для каждого из объектов рекламирования.

### ПРОЕКТНАЯ МАСТЕРСКАЯ

Проектная мастерская ориентирована на выполнение комплекса теоретических (учебных) и прикладных (профессиональных) заданий, представляет собой разновидность совместной деятельности обучающихся и преподавателя с целью решения профессионально-ориентированных задач путем творческого представления результатов исследовательской работы студентов, а также игрового моделирования актуальных психотехнологий в профессиональной деятельности.

#### ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЕКТНОЙ МАСТЕРСКОЙ

1. Представление проблемы с соблюдением требований медиапрезентации и с вовлечением в работу остальных студентов (*вопросы, провокации, тесты и др.*).
2. Анализ психотехник с использованием иллюстративного материала.
3. Выполнение заданий (или проведение игры), позволяющих понять и запомнить материал.
4. Организовывает творческую мастерскую *ведущий*, из числа студентов, представляющих проект.

Творческая группа продумывает пространство и атрибуты учебно-деловой игры, слушателями оценивается креативный подход в оформлении аудитории, в выборе средств и приемов представления проекта.

#### Тема проектной мастерской: Тайна творчества

**Цель:** выявить сознательно и интуитивно составляющие творческого процесса.

- ☀ Поделиться на 4 команды. Сесть комфортно.
  - ☀ Придумать название (используя ассоциации с журналистским творчеством) – представить команду.
  - ☀ Докажите, что вы творческие люди. – «Я умею...».
  - ☀ Расположите высказывание по степени важности – выберите девиз команды – основное положение. С чем вы не согласны.
- Как только вы вообразите, что не в состоянии выполнить определенное дело, с этого момента его осуществление становится для вас невозможным (Б. Спиноза).
- Всякое настоящее дело не идет без настоящей страсти и любви (И.П. Павлов).
- Хотеть недостаточно, надо действовать (И. Гете).
- Никогда не бывает больших дел без больших трудностей (Ф. Вольтер).
- Во-первых, не делай ничего без причины и цели. Во-вторых, не делай ничего, что бы не клонилось на пользу обществу (Марк Аврелий).
- Самое высшее наслаждение – сделать то, чего, по мнению других, вы не можете сделать (У. Бэджот).
- Терпение и время делают больше, чем сила или страсть (Ж. Лафонтен).
- Одно из самых удивительных заблуждений – заблуждение в том, что счастье человека в том, чтобы ничего не делать (Л.Н. Толстой).
- Если вы удачно выберете труд и вложите в него всю свою душу, то счастье само вас отыщет (К.Д. Ушинский).
- Следует стремиться увидеть в каждой вещи то, чего еще никто не видел и над чем еще никто не думал (Г. Лихтенберг).
- Для человека с талантом и любовью в труду не существует преград (Л. Бетховен).
- Там, где труд превращается в творчество, естественно, даже физиологически исчезает страх смерти (А.Н. Толстой).
- ☀ «Чтобы войти в профессию, нужно познакомиться с профессиональной кухней рекламы и ПР». Напишите рецепт профессионального творчества, соблюдая жанровые критерии.
  - ☀ Даю каждой команде по 2 конфеты – не сделать их яблоком раздора – Какой урок может извлечь из этой истории профессионал.

- ☀ Нарисуйте Галактику творчества специалиста по рекламе и СО, укажите возможные планеты, звезды. Отметьте полосу препятствий на творческом пути. Выступите в роли астронома созданной Галактики. Расскажите, как преодолеть указанные трудности/препятствия.
- ☀ Напишите пожелания друг другу, имеющие отношения к творческой деятельности: «Никогда не бойся...» - обменяйтесь ими.
- ☀ Дайте определение понятию «творчество» – по командам.

### **ТРЕБОВАНИЯ К МЕДИАПРЕЗЕНТАЦИИ**

1. Представить проблему на уровне теоретического осмысления и в аспекте практической (профессиональной) реализации.
2. Структурно-содержательные требования к медиапрезентации:
  - четкая формулировка проблемы,
  - содержательность выступления,
  - логичность и целостность представления проблемы,
  - обязательное наличие иллюстративного материала и выводов,
  - обоснование использованных научных категорий/ понятий,
  - указание использованной литературы,
  - адекватное использование слайдов (читабельность, необходимый объем информации).
3. Методологические требования к медиапрезентации: в работе необходимо использовать различные методики изучения проблемы: работа с литературой (документами), опрос, анкетирование, контент-анализ, наблюдение, беседа, эксперимент, прогнозирование и др.
4. Организационные требования к медиапрезентации:
  - активное и яркое (творческое) представление проблемы,
  - коллективное представление проекта (группа – не менее 2 студентов),
  - четкое распределения ролей между участниками проекта,
  - время презентации: от 7 до 10 минут.

### **Творческие задания: упражнения по активизации творческого мышления**

#### Объединение нескольких объектов в единый сюжет

На основе предложенных фонем придумать несколько (не менее трех) сюжетных ситуаций. В комбинациях использовать различные смысловые, семантические характеристики объектов, разные системы соподчинения.

#### Поиск вариативности по формальному признаку

На основе предложенного объекта, исходя из его формальных признаков, придумать разные варианты практического использования, внешней формы (реальные и абсурдные).

#### Усиление или искажение смысла сообщения путем манипуляции знаковыми системами

Предложенное слово, с его исходным значением, преобразовать в новое смысловое понятие, путем выделения некоторых букв, их перестановки или добавления иных типографических знаков.

На примере одного слова проиллюстрировать несколько разных его значений и смыслов путем добавления изобразительных элементов.

Придумать нереальный абсурдный информационный знак, используя уже имеющиеся знаковые формы.

#### Пародии на произведения искусства

Придумать разные формы продвижения объекта, используя произведения живописи и сказочные сюжеты. Изобразить несколько сюжетных композиций на каждый пример.

#### Упражнение: Ментальная провокация

Комментарий: Данное упражнение, введенное в психологию творчества Эдвардом де Боном, – эффективный способ стимулирования креативных прыжков. Выполнить его без адекватного чувства юмора практически невозможно.

Задание позволяет избавиться от штампов в восприятии и интерпретации действительности, вырваться из окоченевшей модели восприятия, помогает расшатывать однозначные контексты и находить новые связи между привычными понятиями. Как утверждает автор данной методики, вы становитесь контролируемо безумны (остроумны).

Но нельзя не учитывать и недостатки подобных упражнений: они подсказывают, наталкивают на идеи, но, как правило, не решают их. Основная цель креативных усилий – вывести себя из состояния равновесия.

Описание упражнения: Максимальное время выполнения задания – 40 минут, так как уставший человек не способен к «креативным прыжкам».

Выдвинете противоречивое утверждение, которое Вам кажется нереализуемым, предваряя его словом «по» (переводится как «Провокационная Операция»; в языке маори – «хаос первичной материи»). Например,

1. По, - газета должна быть треугольной формы.
2. По, - в ресторанах не существует меню.
3. По, - в интервью участвует один человек.

Постарайтесь вообразить себе эту картину и ответить на следующие вопросы:

1) каковы причины этого (почему так). *Возьмем в качестве примера последнее утверждение: в интервью участвует один человек. Причин подобной ситуации можно назвать масса: не удалось встретиться с источником информации, газетный жанр интервью стал не интересен аудитории и т.д.;*

2) как это реализовать, что тогда делать. *Можно, например, написать интервью с самим собой или интервью известного человека с самим собой;*

3) что можно благодаря воображаемому сделать. *Возможно в нетрадиционной форме (асимметрично) рассказать о событии: открытие выставки, концерт поп-звезды и т.д.. В подобном формате возможен также экзистенциальный текст-размышление (поток сознания) о проблемах современного человека: любовь, дружба, карьера и т.д.*

Ментальную провокацию вы вправе подправить, домыслить, но нельзя уходить от нее слишком далеко, чтобы вами опять не овладели штампы восприятия.

Упражнение: Сходство и различие

Комментарий: Упражнение не только активизирует потенциальное остроумие, но и стимулирует работу проблемного, ассоциативного мышления. Позволяет расширить горизонты мыслительных операций, в том числе, и в профессиональном творчестве журналиста.

Описание упражнения: Используя чувство юмора, сравните между собой указанные предметы и понятия. Постарайтесь осуществлять сравнения по разным основаниям (внешние признаки, функциональные, классово-родовые отношения и т.д.):

Вариант 1: политик и шахтер;

Вариант 2: Россия и Австралия;

Вариант 3: солнце и телевизор.

Упражнение «Случайный стимул»

*Аннотация:* упражнение активизирует латеральное мышление, расширяет смысловое поле проблемы, позволяет увидеть неожиданные варианты развёртывания ситуации. Задание также вовлекает в работу ассоциативное мышление, сравнительный анализ, учит отказываться от стереотипов в восприятии мира. Может помочь в поиске креативных идей широкого спектра применения: создание дизайна, заголовка, рубрики, слогана, метафоры в медиатексте и т.д.

*Описание упражнения:* используйте следующий алгоритм выполнения задания:

1. Сформулируйте в форме вопроса задачу, для решения которой нужна идея.
2. Случайным образом выберите объект (например, посмотрите в окно и поймите взглядом первый попавшийся предмет, или откройте с закрытыми глазами словарь на любой странице).

3. Учитывая вопрос и случайный объект, постройте между ними возможные связи, пытаясь разрешить ключевую проблему пункта 1.

Для успешной реализации подобной методики необходимо придерживаться определенных правил.

Во-первых, случайный выбор должен быть, действительно, случайным, каким бы нелепым не казался объект, недопустимо листать книгу в поисках подходящего ответа.

Во-вторых, на генерацию идей отводится немного время (около 3–4 мин), останавливаться долго на одном объекте не рекомендуется.

В-третьих, если попытки выстроить ассоциации оказываются неудачными (такое бывает на этапе освоения методики), работа по возможности откладывается до следующего дня. Иначе вы рискуете скользить по объектам в поисках устраивающего вас варианта, что исключает, как правило, нахождение креативной идеи.

**ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ:** Ерофеева И. В. Психология медиатекста: учеб. пособие / И.В. Ерофеева. Чита: ЗабГУ, 2015. С. 226-256.

### **3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации**

#### **Вопросы к зачету по дисциплине:**

Психология творчества. Творчество – важнейшее атрибутивное свойство человека и предмет актуальных научных исследований. Творчество как феноменальное свойство личности. Творческое мышление: понятие, характеристика.

Структура творческого процесса: завязка, инкубация, инсайт, кульминация, развязка.

Правила культуры умственной деятельности.

Условия активизации творческого мышления.

Мотивация творчества. Креативная среда как фундамент творчества. Особенности творческого мышления. Параметры креативности.

Психология творческих способностей в контексте профессиональной деятельности.

Гендерная характеристика личности.

Классификация воображения. Операции, посредством которых создаются образы воображения. Способы стимулирования воображения и внимания. Приемы запоминания.

“Контроль” воображения. Проблема вымысла в творчестве.

Этнопсихологический контекст реализации творческого мышления

Характеристика творческой личности PR-специалиста. Профессиональные типы PR-специалиста (аморфный, защищающий, воздействующий, демократический)

Разновидности творческой деятельности. Теория креократии. Креативность и эффективность. Отличие креативности от творчества.

Понятие креатива и креативной технологии в PR и рекламе. Разработка креативных PR-идей и бренда. Рекламная концепция продукта в PR и рекламной коммуникации. Поэтапный план решения креативной задачи в PR.

Личность автора медиатекста: пространство творчества и креатива.

Инструментарий воздействия в медиатексте как проявление творческого потенциала языковой личности. Креатив в рекламе: специфика разных каналов коммуникации.

Рекламные тексты в различных носителях. Способы написания креативного рекламного текста.

Факторы интереса современной аудитории. Восприятие, Внимание (типы внимания). Потребности. Механизмы воздействия. Методы воздействия и взаимодействия. Задачи и функции креативных технологий в рекламе и PR-коммуникации.

Креативные текстовые технологии в PR и рекламе. Креативные текстовые технологии в PR и рекламе. Традиционные креативные технологии. Развитие креативных технологий в рекламе. Особенности формирования рекламного образа. Мышление образами с участием

образов зрительной памяти и воображения, ассоциации. Отличительные особенности художественного и рекламного образов.

Креативные методы на основе когнитивного диссонанса: методы объединения объектов или их качеств в одно графическое изображение, методы искажения объекта (гипербола, литота) образные и реальные, самого объекта или его характеристик, поиски новых точек зрения на продукт, анализ формально-логических противоречий, оптические иллюзии, базирующиеся на симультанных характеристиках формы или цвета и на графических иллюзиях трехмерности пространства, методы - пародии, базирующиеся на предшествующих знаниях в области литературы, науки, искусства, дуальное изменение качеств объекта, двойной смысл изображения, альтернативное использование объекта, придание объекту новых качеств.

Методы на основе графических техник. Объединение разных графических приемов. Переход графики в объем. Проекция графических объектов в сюжетную реальность.

Методы на основе развития сюжета. Метод игры. Рекламные артефакты. Погружение в сюжет реальный или вымышленный. Новая абсурдная реальность. Недосказанность сюжета. Пропуск и намек.

Методы на основе знаковых систем. Методы на основе типографики. Слово-образ. Слово-иллюстрация. Усиление и искажение смысла путем типографических преобразований. Символы и знаки в рекламе. Изменение характеристик путем повторения и накопления знаковых объектов.

Традиционные методы. Сравнительное сопоставление. Различных товаров либо одного и того же товара в ситуации «до и после»

Методы шокирования в рекламе. Воспринимать объект буквально, событие, либо отталкиваться от фразеологии сленга. Выходить за рамки общепринятых норм. Тактика шока.

Креативный потенциал коллектива. Методы повышения уровня творческих возможностей сотрудников отдела рекламы. Креативный лидер и его функции в команде. Виды и специфика различных креативных проектов. Этапы осуществления креативного проекта. Ценности и корпоративная культура креативной команды.

Диагностика творческих способностей. Эффективный креатив для целевой аудитории. Диагностика вербального и невербального креатива: методики, подходы.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

##### **4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов**

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Индивидуальное творческое задание	<i>Индивидуальные творческие задания выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Индивидуальные задания должны быть выполнены в установленный преподавателем срок и в соответствии с требованиями к оформлению (текстовой и визуальной частей). Выполненные задания в назначенный срок сдаются на проверку</i>
Дискуссия.	<i>Дискуссии проводятся во время части лекционных или</i>

Круглый стол	<i>практических занятий. Круглый стол готовится заранее, преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения круглого стола, доводит до обучающихся тему круглого стола, задания и вопросы для проведения круглого стола</i>
Проектная мастерская	<i>Проектная мастерская ориентирована на выполнение комплекса теоретических (учебных) и прикладных (профессиональных) заданий, представляет собой разновидность совместной деятельности обучающихся и преподавателя с целью решения профессионально-ориентированных задач путем творческого представления результатов исследовательской работы студентов, а также игрового моделирования актуальных психотехнологий профессиональной деятельности. Преподаватель заранее знакомит студентов с критериями оценивания. Студенты могут распределяться по группам (3-4 человека) для выполнения задания.</i>
Ролевая игра	<i>Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся</i>
Тестирование	<i>Тестирование проводится по результатам освоения разделов дисциплины во время практических занятий. Во время проведения тестирования пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения теста, доводит до обучающихся: темы, количество заданий в тесте время выполнения.</i>
Творческая контрольная работа	<i>Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Творческая контрольная работа является не обязательной, выполняется по желанию студента, она позволяет получить дополнительные баллы, отработать пропущенные по уважительной причине занятия. Студент выбирает тему контрольной работы из предложенного преподавателем списка согласно собственному научному интересу и практическому опыту в СМИ. ТКР представляет собой научную рефлексия студента по определенной теме и обязательно включает анализ деятельности СМИ, ПР-структур и рекламных агентств, или медиадискурса. Во время выполнения ТКР можно пользоваться научной литературой учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий.</i>
Доклад. Медиапрезентация	<i>Индивидуальные творческие задания, подразумевающие устное выступления с использованием компьютерных технологий (презентация Power Point, Flash-презентация, видео-презентация и др.), выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Преподаватель знакомит студентов с критериями оценивания. Индивидуальные творческие задания</i>

	<i>должны быть выполнены к занятию по изучению предлагаемой темы и в соответствии с требованиями к оформлению, которые в начале освоения дисциплины передаются группе. Выполненное задание предъявляется студентом на занятии по изучению предлагаемой темы.</i>
Составление обобщающей таблицы: организация работы с различным типом текстов по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации	<i>Обобщающая таблица может быть предложена студентам для составления на практическом занятии или во внеучебное время после изучения конкретной темы. Преподаватель на занятии доводит до сведения студентов название обобщающей таблицы, знакомит с критериями оценивания. Преподаватель предлагает учащимся опорные конструкты таблицы, позволяющие студентам в процессе работы с учебной литературой и эмпирическим материалом структурировать научные и практические данные. В назначенный срок студенты сдают выполненные задания на проверку</i>
Эссе-рецензия	<i>Преподаватель на практическом занятии предлагает студентам выбрать источники (источник) по проблематике лекционно-практического курса: научный текст, медиатекст, знакомит студентов с критериями оценивания. Написанные и оформленные в соответствии с требованиями эссе-рецензии в назначенный срок сдаются на проверку преподавателю.</i>
Коллективная лекция, лекция-диалог	<i>Лекция подразумевает интерактивное общение с аудиторией, формулировку проблемных вопросов по рассматриваемой теме, вовлечение студентов в разбор конкретных ситуаций. Возможно проведение подобной лекции вдвоем, с участием другого преподавателя или ранее подготовленного студента. По результатам активного участия отдельных студентов в обсуждении вопросов выставляются положительные оценки.</i>

## 4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

### Зачет

Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать среднюю оценку по дисциплине по результатам текущего контроля. Так как оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Для чего преподаватель находит среднюю оценку уровня сформированности компетенций у обучающегося, как сумму всех полученных оценок деленную на число этих оценок.

Средняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля	Оценка
Оценка не менее 3,0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки по текущему контролю	«зачтено»
Оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна неудовлетворительная оценка по текущему контролю	«не зачтено»

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета, то обучающийся сдает зачет. Зачет проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов и решения

типовых контрольных заданий. Перечень теоретических вопросов и типовых контрольных заданий обучающиеся получают в начале семестра.

### **Экзамен**

При определении уровня достижений обучающихся на экзамене обращается особое внимание на следующее:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной дисциплины и междисциплинарных связей;
- ответ формулируется в терминах дисциплины, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию обучающегося;
- теоретические постулаты подтверждаются примерами из практики функционирования СМИ.