

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине

**«Технологии воздействия на массовое сознание»**

по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Семестр	1	2	3	4	5	6	7	8
Наименование дисциплины								
<b>ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</b>								
Б1.В.ДВ.14.1 Технологии воздействия на массовое сознание								+
Б1.Б5 Русский язык и культура речи		+						
Б1.Б8 Иностранный язык	+	+	+	+				
Б1.Б29 Риторика				+				
Б1.В.ДВ.2.1 Практическая стилистика		+						
Б1.В.ДВ.2.2 Язык современного медиатекста		+						
Б1.В.ДВ.12.1 Информационные жанры медиатекста							+	
Б1.В.ДВ.12.2 PR-текст в системе публичных коммуникаций							+	
Б1.В.ДВ.14.2 Полемика и манипулирование								+
Б2.У Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		+						
Государственная итоговая аттестация								+
Этапы формирования компетенций	1	2	3	4			5	6
<b>ПК-6: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</b>								
Б1.В.ДВ.14.1 Технологии воздействия на массовое сознание								+
Б1.Б12 Основы теории коммуникации			+	+				
Б1.Б14 Психология массовых коммуникаций					+	+		

Б1.В.ДВ.10.1 Современная пресс-служба					+			
Б1.В.ДВ.10.2 Деятельность пресс-центра					+			
Б1.В.ДВ.14.2 Полемика и манипулирование								+
Государственная итоговая аттестация								+
Этапы формирования компетенций			1	2	3	4		5
<b>ПК-12: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</b>								
Б1.В.ДВ.14.1 Технологии воздействия на массовое сознание								+
Б1.Б16 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)			+	+	+	+		
Б1.В.ОД.5 Связи с общественностью в кризисных ситуациях								+
Б1.В.ДВ.10.1 Современная пресс-служба					+			
Б1.В.ДВ.10.2 Деятельность пресс-центра					+			
Б1.В.ДВ.13.1 Психологические основы PR-деятельности						+	+	
Б1.В.ДВ.13.2 Психология слухов и сплетен						+	+	
Б1.В.ДВ.14.2 Полемика и манипулирование								+
Б2.П1 Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности				+				
Государственная итоговая аттестация								+
Этапы формирования компетенций			1	2	3	4	5	6

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

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся

позападным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

<i>Индекс компетенции</i>	<i>Компетенция</i>	<i>Компоненты</i>
ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	обладание базовыми навыками создания эффективного рекламного текста
		обладание базовыми навыками создания эффективного рекламного текста

В рамках дисциплины формируется компетенция ОПК-3

ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Способность обеспечивать эффективную внутреннюю и внешнюю коммуникации с использованием технологий вербального и невербального воздействия/взаимодействия
------	---	---

В рамках дисциплины формируется компетенция ПК-6

ПК-12	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	способностью под контролем осуществлять работу, связанную с использованием инструментария вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной деятельности
-------	---	--

В рамках дисциплины формируется компетенция ПК-12

### **2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования (промежуточная аттестация)**

Компетенции	Показатели	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-3	Знать	основные механизмы восприятия информации	виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде	методы, технологии и техники процесса создания медиатекста, смысловой и структурно-композиционной специфики медиатекста как результата индивидуальной и коллективной творческой работы специалиста по связям с общественностью и рекламиста в условиях ее высокой технологичности	Конспект Составление таблицы Эссе-рецензия Доклад: медиапрезентация Творческие задания
	Уметь	применять современные традиционные психологические методы и техники для решения прикладных задач в сфере массовой коммуникации,	создавать востребованные обществом и медиаиндустрией тексты в соответствии с профессиональным и требованиями	моделировать эффективные типы медиатекста	Творческие задания Психологический анализ текста
	Владеть	методикой психологического анализа медиатекста	достаточным психологическим инструментарием для использования технологий в рамках различного типа медиатекста	учитывать эффекты и предотвращать негативные последствия воздействия медиатекста	Творческие задания Психологический анализ текста Ролевая игра

ПК-6	Знать	основные концепции, раскрывающие психологическую природу и психологические законы функционирования СМИ	возможные позитивные и негативные социально-психологические эффекты массовой информации	специфику протекания процессов взаимодействия СМИ и аудитории, общественно-психологических закономерностей воздействия и взаимодействия, зависящих от социально-духовных изменений в обществе	Конспект Доклад: медиапрезентация Эссе-рецензия
	Уметь	использовать эффективный инструментарий воздействия и взаимодействия в межличностной и массовой профессиональной коммуникации	определять желаемые результаты воздействия	определять эффективность использования технологий воздействия в медиатексте	Творческие задания Составление схемы
	Владеть	следовать принципам социальной ответственности	следовать принципам социальной ответственности, учитывать эффекты и последствия профессиональной работы	учитывать эффекты и предотвращать негативные последствия воздействия медиатекста	Творческие задания Дискуссия
ПК-12	Знать	основные методы воздействия и взаимодействия с аудиторией, учитывая характеристику определенного сегмента СМИ	о психических возможностях человека, его потребностях, особенностях сознания, знаниях, необходимых при выборе средств и приемов воздействия на аудиторию и взаимодействия в коллективе	психологические механизмы и регуляторы общественных процессов и отношений	Составление схемы, таблицы Доклад: медиапрезентация Творческие задания
	Уметь	устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения в профессиональной	осуществлять медиаанализ конкретной коммуникативной ситуации	отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессионально	Творческие задания

	деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью		й деятельности	
Владеть	приемами создания модели общения в межличностной и массовой коммуникации	методикой оценки эффективности массовой коммуникации	использовать психологические методы коммуникации в региональном пространстве	Творческие задания Ролевая игра

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

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучающихся 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, компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства**
1	Рекламный и ПР-текст как средство психологического воздействия на целевую аудиторию	ОПК-3, ПК-6, ПК-12	Дискуссия. Творческие задания. Эссе-рецензия. Составление схемы
2	Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ	ОПК-3, ПК-6, ПК-12	Творческие задания: составление досье, подготовка и опубликование медиатекста  Психологический анализ текста
3	Вербальные и невербальные системы общения в массовой и межличностной коммуникации	ОПК-3, ПК-6, ПК-12	Составление обобщающей таблицы. Творческие задания. Эссе-рецензия.
4	Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия	ОПК-3, ПК-6, ПК-12	Доклад- Медиапрезентация. Конспект. Ролевая игра.

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

Умение проводить смысловую группировку текста, дискурса СМИ, конкретного медиатекста и выделять основополагающие идеи, конструкты	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, содержании медиатекста	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**

##### **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 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 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 СМИ</i>
«удовлетворительно»	<i>Частично правильное решение задач ролевой игры, недостаточная аргументация обучающимся своего решения без ссылок на особенности профессиональной деятельности в 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. Преподаватель высчитывает индивидуальный балл как сумму баллов текущего и итогового контроля.

Модуль	Задания	Оценка	
		<i>min</i>	<i>max</i>
1, 3	Эссе-рецензия	1	5
1	Дискуссия.	зачтено	не зачтено
1, 3	Творческие задания	зачтено	не зачтено
1	Составление схемы, конспекта	1	3
2	Досье	1	3
2	Психологический анализ текста	1	3
2	Подготовка и опубликование медиатекста	зачтено	не зачтено
3	Обобщающая таблица	1	3
4	Ролевая игра. Моделирование проблемной ситуации	55	100

4	Доклады с медиапрезентацией	зачтено	не зачтено
4	Конспект	зачтено	не зачтено

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета на основе балльно-рейтинговой системы оценивания, то обучающийся сдает зачет, который проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов, выполнения итогового теста.

#### **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

### **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**

##### **Задания:**

- Составьте схему «Характеристика личности автора текста», укажите 10 черт, расположив их в порядке убывания значимости.

- Обобщающая таблица «Вербальные и невербальные методы воздействия»

*Задание:* заполните таблицу на соответствующем лекционном занятии, а также используя дополнительные литературы

<i>Вербальные</i>	<i>Невербальные</i>	Конституциональные
Язык Логосфера –	Оптико-кинетическая система	
	Паралингвистическая система Акусфера –	
	Экстралингвистическая система	
	Визуальное общение Эйдосфера	
	Проксемика	

##### **Творческие задания:**

- Объясните следующие понятия и утверждения: «эйдосфера»; «образ – соединение семантического аспекта и эстетического»; «толпа мыслит образами»; «образы вполне могут стать символической философией определенной эпохи»; «наша голова – это шумное собрание брэндустановок»; «изменяя систему образов, структуру воображения, можно воздействовать на ценности».

- Дайте характеристику массовому человеку, учитывая противоположные взгляды ученых на сущность и особенности массового сознания

### **Дискуссия «Выбор психологической стратегии и ценности языковой личности автора медиатекста»**

1. Подготовьте медиапрезентацию «Языковая личность автора медиатекста».
2. Дайте свою типологию ценностей автора.
3. Объясните обусловленность аксиологии личности и выбора языковых средств, а также тематики и стимулов медиатекста.

### **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.

### **Схема: Психологический анализ рекламного текста**

*(варьируется в зависимости от вида текста и канала коммуникации)*

1. Идейная канва (цель, назначение).
2. Особенность замысла. Когнитивный – смысловой уровень текста – основные конструкты медиатекста. Соответствие содержания запросам целевой аудитории (конгруэнтность /когнитивный диссонанс).
3. Эйдосфера – система образов и конструктов, гештальт медиатекста. Отражение в изображении идентичности бренда, объекта рекламы, корпоративной ценности, личности создателей образа.
4. Технология привлечения внимания аудитории. Методы и технологии воздействия на аудиторию: S→R. Отражение потребностей типичного представителя целевой аудитории. Факторы, повышающие степень воздействия.
5. Логосфера текста: характеристика языка, языковые технологии воздействия. Экстра- и паралингвистика. Ассоциативно-семантическая сеть текста (ассоциативные связи в воссоздании образов). Лексико-фразеологическое поле воспроизведения сенсорных образов.
6. Невербальные средства и их роль в контексте общего изображения, эффектов восприятия и воздействия на аудиторию. Соответствие невербальной идеи интересам и потребностям целевой аудитории.  
Визуальный уровень. Оптико-кинетическая система. Аудиовоздействие («звуковая подложка» текста). Проксемика.
7. *При наличии:* Использование исконных моделей национального мировидения (концепты, архетипы и др.).
8. Психологическая функция текста. Возможные эффекты воздействия. Ожидания: полезная/ конструктивная информация (позитивное воздействие, в том числе реализация корпоративных задач) – неконструктивная (бесполезная) – деструктивная (негативное воздействие).

### **РОЛЕВАЯ ИГРА: Оценка медиатекста**

#### **с точки зрения восприятия аудиторией различного типа**

Задачи: формирование перцептивных качеств – способности к сопереживанию, восприятию и пониманию иной картины мира; формирование необходимых профессиональных умений по созданию релевантного текста, учитывающего характеристику определенной целевой аудитории; закрепление знаний по созданию благоприятной атмосферы в процессе межличностной и массовой коммуникации.

Описание игры: 1) 3 группы студенты вытягивают жребий, определяются с типом аудитории (молодежь, зрелая интеллигенция, сельская аудитория); 2) Оценка предложенного медиатекста с точки зрения выбранного типа аудитории; 3) Формулировка возможных вопросов и замечаний автору текста.

## **ЭССЕ-РЕЦЕНЗИЯ НА ПРОЧИТАННУЮ ЛИТЕРАТУРУ**

- Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста. М.: Издательство Юрайт, 2017.
- Ульяновский А. В. Мифодизайн в рекламе: учеб. пособие СПб.: филологический факультет СПбГУ, 2011.
- Ерофеева И.В. Психология медиатекста: учебное пособие / испр. и доп.. Чита: ЗабГУ, 2015.
- Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. М. : Аспект Пресс, 2014.
- Сальникова Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов. [Электронный ресурс]: учеб. Электрон. дан. М. : Аспект Пресс, 2015.
- Дзялошинский, = И.М. Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие. Электрон. дан. = М. : Аспект Пресс, 2015.

### **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.

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

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

Психологическая культура специалиста по СО и рекламе: понятие и структура. Место и значение психологии профессионального общения, творчества, влияния на аудиторию в профессиональной деятельности. Профессиональная самореализация.

Я-концепция специалиста по СО и рекламе. Субъективные качества профессионального мастерства.

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

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.

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.

Факторы формирования интереса аудитории. Восприятие в контексте диалога с массовой аудиторией. Внимание, типы внимания потребителя СМИ.

Интерес как базисное психологическое понятие в медиаторстве. Индикаторы интереса. Классификация интересов (по масштабу охвата аудитории, по содержанию).

Массовое сознание: определение, структура, субъекты и носители массового сознания.

Аксиологическая и психологическая характеристика массового человека. Своеобразие картины мира массового человека.

Методы и технологии социально-психологического воздействия на аудиторию (методы: подражание, внушение, заражение, убеждение). Формирующий и манипулятивные способы воздействия. Манипуляция: сущность, черты и свойства.

Социально-психологические проблемы современной отечественной массовой коммуникации.

Формы общения и особенности массовой коммуникации и межличностного, межгруппового общения. Понятие, формы, структура и языки общения. Вербальные и невербальные системы общения в массовой коммуникации (оптико-кинестическая система, паралингвистическая система, экстралингвистическая система, визуальное общение, проксемика, конституциональное общение).

Логосфера: содержание и технология.

Искусство беседы. Психология общения. Основные разновидности и типы общения. Типы общения. Стили общения.

Психология создания текстов. Влияние типа мышления на программирование и создание медиатекста. Способы отражения действительности и формирования картины мира.

Психологическая типология медиатекста. Психотипы читателя, слушателя, зрителя. Методика и виды психологического анализа текста.

#### **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. Круглый стол	<i>Дискуссии проводятся во время части лекционных или практических занятий. Круглый стол готовится заранее, преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения круглого стола, доводит до обучающихся тему круглого стола,</i>

	<i>задания и вопросы для проведения круглого стола</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>
Доклад. Медиапрезентация	<i>Индивидуальные творческие задания, подразумевающие устное выступление 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 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>

#### 4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

К зачету студентам необходимо представить творческий дневник, в который вошли все выполненные творческие упражнения по данному курсу.

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. Преподаватель высчитывает индивидуальный балл как сумму баллов текущего и итогового контроля.

Модуль Б	Задания	Оценка
-------------	---------	--------

		<i>min</i>	<i>max</i>
1, 3	Эссе-рецензия	1	5
1	Дискуссия.	зачтено	не зачтено
1, 3	Творческие задания	зачтено	не зачтено
1	Составление схемы, конспекта	1	3
2	Досье	1	3
2	Психологический анализ текста	1	3
2	Подготовка и опубликование медиатекста	зачтено	не зачтено
3	Обобщающая таблица	1	3
4	Ролевая игра. Моделирование проблемной ситуации	55	100
4	Доклады с медиапрезентацией	зачтено	не зачтено
4	Конспект	зачтено	не зачтено

#### 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

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета на основе балльно-рейтинговой системы оценивания, то обучающийся сдает зачет, который проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов, выполнения итогового теста. Перечень теоретических вопросов и типовых тестовых контрольных заданий обучающиеся получают в начале семестра.

#### 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