

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА русского языка, литературы и журналистики

«Утверждаю»



Зав. кафедрой

«31» 08 2018 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ»

42.03.02 «Журналистика»

шифр и наименование направления подготовки

«Социально - гуманитарная журналистика»

наименование профиля подготовки

Москва 2018

Составитель / составители: Лебедева С.Э.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры русского языка, литературы и журналистики протокол № _____ от «_____» _____ 20____ г.

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры русского языка, литературы и журналистики, протокол № _____ от «_____» _____ 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № _____ от «_____» _____ 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № _____ от «_____» _____ 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № _____ от «_____» _____ 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт фонда оценочных средств.....	4
2. Перечень компетенций	5
3. Примерный перечень оценочных средств.....	6
4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.....	
5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.....	9

1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Основы теории коммуникации»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины ¹	Коды компетенци й	Оценочные средства - наименование	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Тема 1. Введение в предмет	ОПК-8 ПК-6	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
2.	Тема 2. Коммуникативный процесс	ОПК-8, 9 ПК-6	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
3.	Тема 3. Социальная коммуникация	ОПК-8, 9 ПК-6	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
4.	Тема 4. Семиотика коммуникации	ОПК-8	Фронтальный опрос, информационн ые сообщения	Контрольные срезы
5.	Тема 5. Типы и виды коммуникации	ОПК-8, 9 ПК-6	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
6.	Тема 6. Имиджевая коммуникация	ОПК-8, 9 ПК-6	Фронтальный опрос, индивидуальны е сообщения, круглый стол	Контрольные срезы
7.	Тема 7. Деловая коммуникация	ОПК-8, 9 ПК-6	Фронтальный опрос, коллоквиум	Контрольные срезы

¹Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины, модуля.

2. Перечень компетенций

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

Знать:

- основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру, функции и важнейшие характеристики коммуникативного процесса, виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде.

Уметь:

- вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации,

Владеть:

- методологическим базисом изучаемой дисциплины, определять соотношение теории коммуникации со смежными науками, иметь представление о специфике коммуникативных процессов в современном обществе, о свойствах и характеристиках информационного общества;

- иметь представление о едином методологическом базисе прикладных коммуникативных технологий, о подходах к эмпирическим исследованиям коммуникации и об эффективных приемах и методах профессиональной массово-коммуникативной деятельности.

владеть компетенциями:

Коды компетенции	Наименование результата обучения
ОПК-8	способность анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ
ОПК-9	способность базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним
ПК-6	способность к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в

3. Примерный перечень оценочных средств

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС	Методы оценки результатов
1	Фронтальный опрос	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения фронтального опроса	экспертный
2	Реферат	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика рефератов	экспертный
3	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий, в том числе для проведения промежуточного контроля оценки знаний	экспертный
4	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины	экспертный

4. Критерии оценки презентации доклада, сообщения, выполненных в форме презентации по реферату

	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений

Оценка	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
--------	---------------------	-------------------	--------	---------

5. Перечень дискуссионных тем для коллоквиума

№№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вопросы
1	Тема 1. Введение в предмет	Понятийный аппарат теории коммуникаций. Основные понятия теории коммуникации. Моделирование коммуникации.
2	Тема 2. Коммуникативный процесс	Коммуникация и общение. Коммуникативные революции
3	Тема 3. Социальная коммуникация	Толкование понятия «Социальная коммуникация». Социальная коммуникация и индивидуально-психологические особенности личности.
4	Тема 4. Семиотика коммуникации	Знаковый принцип построения рекламы. Тенденции изучения рекламных текстов в ключевых общих проблемах коммуникации. Воздействие рекламного текста. Коммуникативные возможности речевых тактик в рекламных текстах
5	Тема 5. Типы и виды коммуникации	<i>Межличностная коммуникация.</i> Основные понятия межличностных коммуникаций. Коммуникативные типы людей.
6	Тема 6. Имиджевая коммуникация	Позиционирование. Имиджформирующая информация. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Габитарный имидж
7	Тема 7. Деловая коммуникация	Унификация текстов деловых служебных документов. Служебные письма. Административные акты. Деловая коммуникация в форме диалога. Деловые совещания. Деловые переговоры

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если он полностью раскрывает проблему, обозначенную в вопросе, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников.

- 4 балла выставляется студенту, если он в целом дает достаточно полный ответ на поставленный вопрос, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения.
- 3 балла выставляется студенту, если он при ответе на поставленный вопрос раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками.
- 2 балла выставляется студенту, если он не может даже частично ответить на поставленный вопрос, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

6. Примерный перечень вопросов для фронтального опроса

№№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вопросы
1	Тема 1. Введение в предмет	Типология коммуникации. Функции теории коммуникации. Законы коммуникации
2	Тема 2. Коммуникативный процесс	Коммуникативный процесс как психологическое и индивидуальное явление. Коммуникативный процесс в социальном аспекте
3	Тема 3. Социальная коммуникация	Социальная коммуникация как общественный продукт. Типология и структура социальной коммуникации
4	Тема 4. Семиотика коммуникации	Понятия «знак», «сигнификат», «десигнат». Двусторонняя сущность знака. Свойства знаков. Функции знаков и знаковых систем. Основные признаки знаков-икон и знаков-индексов.
5	Тема 5. Типы и виды коммуникации	<i>Первичная» (малая) группа. Семья как первичная (малая) группа. Специфика коммуникации в семье. (Первичная, межличностная, прямая коммуникация). Коммуникации в первичной группе. Вторичная группа. Специфика коммуникации во вторичной группе. Каналы коммуникации во вторичной группе. Массовая коммуникация</i>
6	Тема 6. Имиджевая коммуникация	Позиционирование. Имиджформирующая информация. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Габитарный имидж

7	Тема 7. Деловая коммуникация	Унификация текстов деловых служебных документов. Служебные письма. Административные акты. Деловая коммуникация в форме диалога. Деловые совещания. Деловые переговоры
---	------------------------------	---

Критерии оценки (в баллах):

- 2 (неудовлетворительно) выставляется студенту, если нет ответов на вопросы. Больше 4 ошибок в представляемой информации. Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.
- 3 (удовлетворительно) выставляется студенту, если ответы только на элементарные вопросы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина. 3-4 ошибки в представляемой информации.
- 4 (хорошо) выставляется студенту, если ответы на вопросы полные и/или частично полные. Не более 2 ошибок в представляемой информации. Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.
- 5 (отлично) выставляется студенту, если ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений. Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы. Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.

7. Примерный перечень тем для докладов, рефератов

Не предусмотрено.

8. Контрольная работа. Тема №4.

Не предусмотрено.

9. Вопросы к зачету по дисциплине «Основы теории коммуникации»

1. Понятие коммуникации. Теоретические модели социальной коммуникации (психоаналитическая, экзистенциалистская, семантическая, игровая, теория информационного общества)
2. Формы и виды коммуникативной деятельности в обществе (общение, управление, подражание; синхроническая, диахроническая коммуникации)
3. Формы передачи информации и функции коммуникации (монологическая, диалогическая, полилогическая функции; информационно-коммуникативный, интерактивный, гносеологический, аксиологический, нормативный, социально-практический аспекты общения)
4. Свойства коммуникатора (кредитность, надежность, престижность, привлекательность) и типы коммуникаторов (люди престижа, лидер мнений –

ключевой коммуникатор – менеджер по связям с общественностью, имиджмейкер, пресс-секретарь, кризисник, рекламист)

5. Функции имиджа в коммуникации (идентификация, идеализация, противопоставление)

6. Структура корпоративного имиджа (социологический опрос, ранжирование, выражение, планирование, реализация, эффективность)

7. Изменение ценностных установок и поведения коммуниканта (принуждение, манипулирование, сотрудничество)

8. Манипуляция сознанием, ее причины (конфликт человека с самим собой, недоверие по отношению к другим людям, ощущение абсолютной беспомощности, боязнь тесных межличностных контактов, некритическое стремление получать одобрение всех и каждого, стремление к символическому овладению партнером)

9. Манипулятивные технологии, виды манипулятивного влияния (целенаправленное преобразование информации, сокрытие воздействия, мишени воздействия, роботизация)

10. Понятие массовой коммуникации и средств массовой информации

11. Направления в теории массовой коммуникации (человекоориентированный и медиаориентированные подходы)

12. Функции средств массовой коммуникации

13. Виды коммуникации и типы коммуникации (личностная, межличностная, массовая, специализированная, визуальная) и стратегия коммуникации

14. Кризисные коммуникации (их особенности, пути их разрешения, вид, структура, стадии кризиса, предпосылки возникновения, стратегия поведения, механизмы коммуникативного воздействия)

15. Особенности русского коммуникативного поведения (общительность, искренность в общении, приоритетность разговора по душам, предпочтение неофициального общения, нелюбовь к светскому общению, стремление к коммуникативному равенству, к простоте в общении, постоянство круга общения и др.)

16. Основные понятия теории коммуникации. Направления и модели теории коммуникации

17. Коммуникативный процесс как психологическое, индивидуальное и социальное явление

18. Социальная коммуникация, ее типология и структура

19. Вербальные и невербальный имидж

20. Основные понятия межличностной коммуникации

21. Коммуникативные возможности речевых стратегий и тактик рекламных текстов. Мотивы и интенции современной рекламы

22. Деловая коммуникация, ее функции и особенность

23. Специфические особенности коммуникации в семье. Коммуникация во вторичной группе, каналы коммуникации вторичной группы

24. Теоретические и практические модели коммуникации.

25. Процесс коммуникации и его составляющие. Коммуникативные барьеры

26. Процесс кодирования и декодирования информации. Понятие доступности информации.

27. Различия между сообщением, данными и информацией. Свойства информации.
28. Кибернетическое понимание информации. Цепочка связи по К.Э. Шеннону. Сигналы – носители информации.
29. Влияние избыточности информации на доступность восприятия. Основные характеристики понятия «культура». Проблема «мозаичности» культуры.
30. Факторы эффективности массовой коммуникации и эффективности межличностной коммуникации.
31. Семиотика языка. Семиотическое членение: синтактика, семантика, прагматика.
32. Аудитория коммуникации (адресат): объективные и субъективные характеристики. Коммуникативная роль адресата

Критерии оценки

Оценочная схема зачетного ответа

При выставлении оценки «зачтено» учитываются результаты выполнения заданий, рефератов, активность студентов на занятиях. На зачете студент должен продемонстрировать знания теоретического характера, умение ответить на поставленные вопросы, методику работы с научным материалом по данной учебной дисциплине, работу с книгой, справочной литературой, способность работать с другими источниками информации и применять на практике приемы анализа информации, высокий уровень владения языковой, речевой и социокультурной компетенциями.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, который прочно усвоил предусмотренный программный материал; правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров; показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов.

Обязательным условием выставленной оценки является правильная речь в умеренном темпе.

Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие успехи при выполнении дополнительных самостоятельных заданий, систематическая активная работа на практических занятиях.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не справился с 50% вопросов и заданий, в ответах на вопросы допустил существенные ошибки. Не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем.

	Не зачтено	Зачтено
теоретические знания	0-1	2-4
умение применять знания в обсуждении конкретных ситуаций, приводить примеры	0-1	2-4
умение решать	0-1	2-4

проблемные ситуации		
------------------------	--	--

0-1 - ответы студента не соответствуют требованиям к оценке "зачтено";

2-4 - ответы студента соответствуют требованиям к оценке "зачтено";