

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА «ИНГУШСКАЯ ЛИТЕРАТУРА И ФОЛЬКЛОР»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.05 «ПРИКЛАДНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Направление подготовки 45.04.01 Филология

Профиль подготовки –
Ингушская литература

Квалификация выпускника: *магистр*

Форма обучения: *очная*

Фонд оценочных
средств разработан

ст. преподаватель Баркинхоева З.М.

Рекомендован к утверждению на заседании кафедры
русской и зарубежной литературы

Протокол заседания № 9 от 14 мая 2024 года

Зав. кафедрой Манкиева Э.Х. _____

Магас, 2024г.

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ПРИКЛАДНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
Универсальные компетенции (УК) и индикаторы их достижения:			
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.	Знать: основные принципы командной работы. Уметь: работать в команде на основе стратегии сотрудничества. Владеть: способностью определять свою роль в командной работе для достижения поставленной цели.
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия.	Знать: стили общения на русском языке и язык жестов. Уметь: адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия. Владеть: способностью выбирать и адаптировать речь, стиль общения и язык жестов в зависимости от цели и условий партнерства.

2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1. Шкала оценивания, показатели и критерии оценивания образовательных результатов обучающегося во время текущей аттестации

Шкала оценивания	Показатели и критерии оценивания
«Зачтено»	Студент принимал активное участие в обсуждение темы или в раскрытии содержания темы, имеются необходимые практические навыки работы с представленным материалом.
«Не зачтено»	Практическое и теоретическое содержание материала не раскрыто, качество участия в обсуждении или дискуссии оценено минимально, задание выполнено менее чем наполовину.

2.2. Шкала оценивания, показатели и критерии оценивания образовательных результатов обучающегося во время промежуточной аттестации

1 семестр – зачет

2 семестр – зачет

Оценка	Характеристика требований к результатам аттестации в форме зачета
«Зачтено»	Оценка ставится, если студент продемонстрирует достаточный уровень усвоения теоретических вопросов изучаемой дисциплины. Проверка знаний, умений и навыков будет осуществляться не только в день проведения зачета, но и во время работы студента на практических занятиях, по результатам выполнения внеаудиторных заданий, контрольных работ, участия в коллоквиуме, деловых играх и т.п.
«Не зачтено»	Оценка ставится, если студент не выполнил к зачету более половины аудиторных и внеаудиторных заданий, а также если не справился хотя бы с одним из вопросов билета на зачете.

3. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций используются следующие типовые контрольные задания:

3.1. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

3.1.1. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Тема	Наименование оценочного средства
1-2.	Базовое понимание коммуникации. Психология массовой коммуникации	Контрольная работа Обсуждение книги (коллоквиум)
3.	Структура и содержание современной массовой коммуникации	Устный опрос, дискуссия
4.	Информационное право	Устный опрос, дискуссия
5.	Журналистика в структуре социальных систем	Реферат, устное выступление
6.	Рекламные коммуникации	Устный опрос, дискуссия
7.	Сущность и основные характеристики связей с общественностью	Устный опрос, игра
8.	Филологическое обеспечение массовой коммуникации	Подготовка медиатекстов
9.	Невербальная коммуникация	Устный опрос, тренинг, игра
10.	Цифровые коммуникации	Устный опрос, дискуссия
11.	Методы исследования в коммуникационном менеджменте	Устный опрос, дискуссия, игра
12.	Коммуникация в управлении конфликтами	Устный опрос, моделирование ситуаций
13.	Публичные коммуникации в кризисных ситуациях	Дискуссия
14.	Планирование коммуникационных кампаний	Командная разработка коммуникационной кампании на примере выбранного субъекта

3.1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ДИСКУССИОННЫХ ТЕМ ДЛЯ КОЛЛОКВИУМОВ

1. Активное слушание
2. Эмпатия
3. Эмоциональный интеллект
4. Тактическое сочувствие
5. Доверие и репутация
6. Методы аргументации
7. Навыки деловой коммуникации
8. Защита от манипуляций
9. Техники ведения переговоров

3.1.3. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Коммуникация как интеллектуальный труд
2. Знания – основа коммуникационного обмена
3. Мысль и слово в коммуникации
4. Словарь журналистики
5. Пражурналистика и алфавит
6. Грамотность как предпосылка журнализма
7. Книга и ее роль в развитии малых публицистических форм
8. Городская культура как среда развития журналистики
9. Потребление информации – условие развития журналистики
10. Визуальность в восприятии мира
11. Интернет как книга Гуттенберга
12. Метаморфозы печатного текста
13. Самосознание аудитории журналистики: слагаемые
14. Коммуникация и потребности нового человека
15. Первые газеты: специфика содержания
16. Авторская журналистика революционных преобразований
17. Массовая информация
18. Массовая аудитория
19. Журналистика как социальный институт
20. Публицистика и беллетристика: происхождение и динамика развития понятий
21. Функции и принципы журналистики
22. Система средств массовой информации
23. Свобода журналистики
24. Журналистская деонтология
25. Профессиональные качества журналиста
26. Информационная политика
27. Типы творчества в журналистике
28. Методологическая культура журналиста
29. Гражданская журналистика
30. Блогер и журналист: в чем разница?

3.1.4. ПРОВЕРОЧНЫЕ ЗАДАНИЯ

Контрольная работа

Вариант 1

1. Коммуникация – это... (базовое определение)
2. Коммуникация (согласно философскому подходу) – ...
3. Выберите правильные варианты:

Коммуникация:

- а) Общение между людьми, информационное взаимодействие и обмен между ними
Взаимодействие, обмен сигналами между животными;
- б) Связь между различными объектами, в том числе технической природы
- с) Каналы связи между различными объектами

- d) Пути и средства физического сообщения между пространственно разделенными объектами
- 4. Опишите модель коммуникации Р. Лассуэлла. Приведите пример.
- 5. Информация – это... (одно из определений)
- 6. Приведите пример трансакционной коммуникации.
- 7. Выберите правильные варианты:
К особенностям классической массовой коммуникации относятся:
 - a) Источник известен, получатель анонимен
 - b) Участники не меняются коммуникативными позициями
 - c) Сообщение адаптируется для большой аудитории
 - d) Периодическая коммуникация
 - e) Сообщения сохраняются/повторяются
 - f) Обратная связь отсрочена
- 8. Приведите примеры реализации теории культивации.
- 9. Перечислите коммуникативные барьеры, относящиеся к социокультурным факторам.
- 10. Обмен взглядами – это коммуникация? Почему?

Вариант 2

- 1. Коммуникация (согласно социально-психологическому подходу) – ...
- 2. Массовая коммуникация – это...
- 3. Выберите правильные варианты:
Характеристики коммуникации:
 - a) Опосредованное взаимодействие
 - b) Субъект-субъектное взаимодействие
 - c) Эффективное взаимодействие
 - d) Синхронное или диахронное взаимодействие.
- 4. Перечислите (с расшифровкой) характеристики источника коммуникации согласно Стэнфордской модели (Берло).
- 5. Знак – это... (приведите три примера).
- 6. Приведите пример интерактивной коммуникации.
- 7. Выберите правильные варианты:
К направлениям воздействия массовой коммуникации относятся:
 - a) Знания и представления человека о мире
 - b) Отношения человека к себе, удовлетворенность своей жизнью
 - c) Эмоции человека по отношению к другим людям и событиям
 - d) Поведение человека
- 8. Приведите примеры реализации эффекта третьего лица.
- 9. Перечислите коммуникативные барьеры, относящиеся к факторам среды.
- 10. Саундтрек (музыкальное сопровождение) к кинофильму – это коммуникация? Почему?

Вариант 3

- 1. Коммуникация – это... (базовое определение)
- 2. Коммуникация (технологический подход) – ...
- 3. Выберите правильные варианты:
Особенности массовой коммуникации:
 - a) Опосредованность техническими средствами

- b) Отсутствие непосредственной обратной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе общения
- c) Социальная направленность, социальная ориентированность общения
- 4. Опишите модель коммуникации Аристотеля. Для чего она была создана? Приведите пример.
- 5. Приведите определения понятий «код», «кодирование», «декодирование».
- 6. Приведите пример интерактивной коммуникации.
- 7. Оцените корректность (подчеркнуть верный вариант):
 - a. *Массовая коммуникация влияет на оценку важности социальных проблем и событий, если они редко встречаются в личном опыте аудитории и неизвестны из других источников – ДА/НЕТ*
 - b. *Затрагивают интересы аудитории – ДА/НЕТ*
- 8. Приведите примеры реализации социально-когнитивной теории.
- 9. Перечислите коммуникативные барьеры, относящиеся к физиологическим факторам.
- 10. Эпиграф к роману – это коммуникация? Почему?

Вариант 4

- 1. Массовая коммуникация – это...
 - 2. Выберите правильные варианты:
- Характеристики межличностной коммуникации:
- a) Источник и получатель знают друг друга/друг о друге
 - b) Участники меняются коммуникативными позициями
 - c) Сообщение адаптируется под аудиторию
 - d) Периодическая коммуникация или коммуникация от случая к случаю
 - e) Приватная или публичная коммуникация
 - f) Мгновенная обратная связь
- 3. Перечислите (с расшифровкой) характеристики сообщения коммуникации согласно Стэнфордской модели (Берло).
 - 4. Что такое «знак»? Приведите пример.
 - 5. В чем разница между средствами массовой коммуникации и средствами массовой информации?
 - 6. Оцените корректность суждений (подчеркнуть «ДА» или «НЕТ»)
 - a) *Аудитория обладает индивидуальными особенностями, которые влияют на выбор, использование и результат воздействия массовой коммуникации – ДА/НЕТ*
 - b) *В многоступенчатом потоке влияния массовой коммуникации средства массовой коммуникации могут быть задействованы на разных этапах коммуникации – ДА/НЕТ*
 - c) *Эффект первого лица – это уверенность человека в том, что массовая коммуникация оказывает на него меньшее влияние, чем на других людей – ДА/НЕТ*
 - d) *Средства массовой коммуникации влияют на унификацию представлений аудитории о мире, событиях и пр. – ДА/НЕТ*
 - 7. Приведите примеры реализации социально-когнитивной теории.
 - 8. Перечислите коммуникативные барьеры, относящиеся к технологическим факторам.
 - 9. Взаимодействие с природой – это коммуникация? Почему?

Терминологический диктант

Основное понятие	Содержание понятия
Массовая информация	
Массовая аудитория	
Журналистика как социальный институт	
Журналисты	
Функции и принципы журналистики	
Система средств массовой информации	
Свобода журналистики	
Журналистская деонтология	
Профессиональные качества журналиста	
Информационная политика	
Типы творчества в журналистике	
Методологическая культура журналиста	

3.2. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Основные подходы к определению коммуникации. Понятия «информация», «знак», «код», «кодирование», «декодирование».
2. Характеристика и виды массовой коммуникации.
3. Модели коммуникации Аристотеля, Лассуэлла, Берло.
4. Модели коммуникации по Дж. Грюнигу.
5. Коммуникативные шумы.
6. Понятие «дискурс», «общественность», «целевые аудитории», «коммуникация», «публичная коммуникация», «паблицитный капитал».
7. Сущностные характеристики связей с общественностью, журналистики и рекламы.
8. Теория повестки, культивации, социально-когнитивная теория.
9. Правовое регулирование массовой коммуникации. Профессиональная этика.
10. Журналистика, PR, реклама как социальные институты.
11. Типология связей с общественностью, рекламы, журналистики.
12. Понятия «журналистика», «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации», «пресса», «публицистика», «массмедиа»
13. Новость и информационный повод как ключевые понятия ньюсмейкинга.
14. Типология групп PR-общественности.
15. Жанрообразование в рекламных и PR коммуникациях.
16. Информационные и художественно-публицистические жанры журналистики.
17. Роль коммуникаций в стратегии предотвращения разрушительных форм конфликтного взаимодействия.
18. Этапы создания специального мероприятия. Классификация специальных мероприятий.
19. Теории распространения информации в обществе.

20. Публичные коммуникации в кризисных ситуациях.
21. Этапы планирования и проведения коммуникационной кампании.
22. Количественные и качественные методы исследования.
23. Техники креативного мышления.
24. Мультимедиа, кроссмедиа, трансмедиа.
25. Функции невербальной коммуникации. Типы и виды невербальной коммуникации.
26. Понятие интегрированных коммуникаций, типология, уровни.
27. Интернет-коммуникации в системе интегрированных коммуникаций.
28. Встраивание бренда в художественное произведение (кино, книга, компьютерная игра, театр и др.)
29. Формулы стратегических коммуникаций.
30. Модели социально-коммуникативных технологий.
31. Принципы успешной коммуникационной деятельности.
32. Оценка эффективности управления коммуникациями.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. ТЕКУЩАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Для оценивания результатов обучения в виде **знаний, умений и владений** используются следующие виды деятельности:

4.1.1. Контрольные работы (тесты и терминологические диктанты с выбором вариантов ответов или с конструируемым ответом и др.)

Правильных ответов могут быть не один, а несколько. Или даже все ответы могут быть правильными.

Критерии оценки:

- «Зачтено»: более половины ответов на закрытые вопросы правильны, на открытые вопросы даны развернутые ответы.
- «Не зачтено»: менее половины правильных ответов, на открытые вопросы не даны развернутые ответы.

4.1.2. Коллоквиум – форма текущего контроля знаний студентов, которая проводится в виде собеседования преподавателя и студента по самостоятельно подготовленной студентом теме. В рамках текущего курса студентам предложены для чтения, анализа и обсуждения книги «Психология влияния» (Р.Чалдини) и «Никаких переговоров» (К.Восс).

Критерии оценки:

- «Зачтено»: студент принимал активное участие в обсуждение темы или в раскрытии содержания темы, имеются необходимые практические навыки работы с представленным материалом;
- «Не зачтено»: практическое и теоретическое содержание материала не раскрыто, качество участия в обсуждении или дискуссии оценено минимально.

4.1.3. Рефераты/эссе – краткое письменное изложение материала по определенной теме.

Учащийся вправе предложить на рассмотрение иную тему по пройденному материалу и смежной тематики, не охваченной программой дисциплины, и по согласованию с преподавателем подготовить соответствующее сообщение/реферат.

Структура доклада или реферата:

1. Титульный лист.
2. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.
3. После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.
4. Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обя-

зательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

5. Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

6. Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.

7. Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

8. Объемы письменной работы – от 5 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм слева и 15 мм справа, рекомендуется шрифт 12-14 кегля, интервал – 1,5.

9. При написании и оформлении реферата следует избегать типичных ошибок, например, таких:

- поверхностное изложение основных теоретических вопросов выбранной темы, когда автор не понимает, какие проблемы в тексте являются главными, а какие второстепенными,
- в некоторых случаях проблемы, рассматриваемые в разделах, не раскрывают основных аспектов выбранной для реферата темы,
- дословное переписывание книг, статей, заимствования рефератов из интернет и т. д.

4.2. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Форма промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет

2 семестр – зачет

Подготовка к зачету начинается с первого занятия по дисциплине, на котором студенты получают общую установку преподавателя и перечень основных требований к текущей и итоговой отчетности. Материал осваивается планомерно, руководствуясь, прежде всего, перечнем вопросов к зачету. В течение семестра происходят пополнение, систематизация и корректировка студенческих наработок, освоение нового и закрепление уже изученного материала. Лекции, практические занятия (семинары), письменные работы и обсуждения являются важными этапами подготовки к зачету, поскольку студент имеет возможность оценить уровень собственных знаний и своевременно восполнить имеющиеся пробелы. Студент должен обладать базовыми знаниями по соответствующей дисциплине.