

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Социология СМИ и рекламы

Код модуля
1155013(1)

Модуль
Социология культуры и духовной жизни

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Лопатина Виктория Рауфовна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Ассистент	прикладной социологии

Согласовано:

Управление образовательных программ

Л.А. Щенникова

Авторы:

- Лопатина Виктория Рауфовна, Ассистент, прикладной социологии

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Социология СМИ и рекламы

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	2
		Домашняя работа	3
		Научный доклад/доклад	2
		Эссе	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Социология СМИ и рекламы

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
УК-5 -Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Д-1 - Демонстрировать социальную ответственность и толерантное мышление П-2 - Иметь опыт обоснования и аргументированного обсуждения проблем мировой и отечественной истории, актуальных проблем современности в историческом контексте с учетом многообразия систем социокультурных ценностей У-2 - Формулировать аргументы для защиты своей позиции по актуальным социокультурным проблемам	Зачет Лекции Научный доклад/доклад № 1 Научный доклад/доклад № 2 Практические/семинарские занятия Эссе

	<p>на основе анализа и оценки различных подходов и точек зрения</p> <p>У-3 - Выявлять возможные альтернативные варианты исторического развития на основе анализа причин и последствий реального выбора в российской и мировой истории</p>	
<p>ПК-5 -Способен к организации выполнения научно-исследовательских работ по закрепленной тематик (Социологические исследования в управлении цифровым обществом)</p>	<p>Д-1 - Решать задачи аналитического характера, предполагающие выбор и многообразие актуальных способов их решения</p> <p>Д-2 - Формулировать и отстаивать в дискуссии свои исследовательские результаты</p> <p>З-1 - Знать и идентифицировать организации, научно-исследовательские учреждения и информационно-аналитические службы по вопросам обмена информацией, научного консультирования и экспертизы</p> <p>З-2 - Знать методы аналитических исследований в соответствующей области знаний</p> <p>П-1 - Участвовать в подготовке и проведении фундаментальных и прикладных социологических исследований на этапах планирования, сбора, обработки и анализа данных</p> <p>У-1 - Интерпретировать данные социологических исследований, иной эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологического знания</p>	<p>Домашняя работа № 3</p> <p>Зачет</p> <p>Контрольная работа № 2</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>
<p>ПК-6 -Способен разрабатывать и внедрять в практику предприятий и организаций любых форм собственности, в государственных службах федерального</p>	<p>З-2 - Знать и характеризовать методы и технологии по разработке, реализации и распространению результатов проектов по изучению общественного мнения</p> <p>У-1 - Идентифицировать потребности и интересы</p>	<p>Домашняя работа № 1</p> <p>Зачет</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>

и муниципального уровней социальные технологии и проекты (Социологические исследования в управлении цифровым обществом)	социальных групп социологическими методами	
ПК-7 -Способен к моделированию и проектированию социальной реальности, в том числе, с применением современных цифровых технологий (Социологические исследования в управлении цифровым обществом)	З-1 - Знать и характеризовать основные методы и принципы прогнозирования проектирования изменений объектов профессиональной деятельности У-1 - Самостоятельно или в составе проектной группы определять методы и технологии по диагностике, оценке и оптимизации социальных показателей, процессов и отношений	Домашняя работа № 2 Зачет Практические/семинарские занятия
ПК-8 -Способен к проектированию и внедрению кросс- функциональных процессов организации или административных регламентов организаци (Социологические исследования в управлении цифровым обществом)	Д-1 - Осуществлять коммуникации, проводить рабочие совещания, находить консенсус П-1 - Разрабатывать управленческие решения в социальной сфере, в том числе на основе экспертных оценок П-2 - Оценивать результативность, эффективность и последствия управленческих процессов в органах власти, местного самоуправления, административно- управленческих подразделениях организаций и учреждений У-1 - Определять методы и приемы оптимизации организационно- управленческих процессов и административных регламентов	Зачет Контрольная работа № 1 Практические/семинарские занятия Эссе
ПК-9 -Способен оказывать социально- педагогическую поддержку обучающимся в процессе социализаци	Д-1 - Планировать и оценивать последствия своей профессиональной деятельности с позиций этических норм	Зачет Лекции Научный доклад/доклад № 1 Научный доклад/доклад № 2 Практические/семинарские занятия

(Социологические исследования в управлении цифровым обществом)		Эссе
----------------------------------------------------------------	--	------

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.6		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>Доклад №1</i>	4,6	20
<i>доклад №2</i>	4,14	15
<i>домашняя работа №1</i>	4,5	15
<i>домашняя работа №2</i>	4,12	20
<i>домашняя работа №3</i>	4,14	15
<i>эссе</i>	4,15	15
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.6		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.4		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.4		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа №1</i>	4,10	35
<i>контрольная работа №2</i>	4,16	35
<i>работа на практических занятиях</i>	4,17	30
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.

Другие результаты	<p>Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов.</p> <p>Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения.</p> <p>Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.</p>
-------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. 1. Публичная сфера (Ю. Хабермас). 2. Тенденции современного государственного регулирования СМИ. 3. Медиатизация политики. 4. Политизация блогосферы. 5. Новые медиа и политический активизм

Примерные задания

1. Что такое публичная сфера? Каковы ее признаки? Роль СМИ в формировании публичной сферы? Каким образом сегодня представлена публичная сфера? На каких площадках, в каких формах существует?

2. С помощью каких законов сегодня регулируется деятельность СМИ? (Например, закон о фейковых новостях, об иноагентах, о запрещенном контенте, об оскорблении власти, о дискредитации ВС РФ). Привести в пример конкретные кейсы.

Закон о запрете фейковых новостей – «устанавливает административную

3. Что представляет собой процесс медиатизации политики? В чем это проявляется?

Примеры позитивного освещения работы власти и скандальные истории с представителями власти в СМИ.

4. Наиболее популярные аккаунты политиков/чиновников в социальных сетях, как ведут и для чего используют? Какие известные YouTube-блогеры, Instagram-блогеры, ТикТок-блогеры активно участвуют в политике?

5. Цифровой гражданский активизм молодежи. Практики гражданского активизма молодежи в интернете.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа № 1

Примерный перечень тем

1. Социология СМИ

Примерные задания

Суть теории Элизабет Ноэль-Нойман «Спираль молчания» заключается в том, что:

А). СМИ выступает как система повторяющихся образов и представлений, воздействующих на людей. Такое воздействие в течение длительного времени приводит к усвоению общих представлений как норм культуры

Б). эффект воздействия СМИ на сознание средних людей метафорически приравнен к пуле. Сообщение проникает в мозг и трансформирует мысли и эмоции человека

В). мнения, которые не одобряются или противоречат взглядам большинства, подавляются. Из-за страха изоляции носители «неудобного» мнения подчиняются давлению конформизма, или «общественному мнению»

Г). медиапотребление опирается на определенный набор потребностей, которые при помощи данного медиа удовлетворяет реципиент

... - совокупность различных социальных практик использования медиа для получения и освоения символического содержания медийных продуктов, а также осуществления социальных связей и взаимодействий.

- А). Медиасистема
- Б). Медиапотребление
- В). Медиатизация
- Г). Медиакультура

Функция, в рамках которой СМИ обеспечивают взаимодействие между различными группами и сегментами массового общества, ...

- А). Социализирующая
- Б). Рекреационная
- В). Интегративная
- Г). Культуроформирующая

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Контрольная работа № 2

Примерный перечень тем

1. Социология рекламы

Примерные задания

Подход в изучении рекламы, согласно которому реклама, создавая свои образы, принимает активнейшее участие в формировании симулякров ...

- А). Феноменологическая социология (А. Шюц)
- Б). Концепция структуралистского конструктивизма (П. Бурдьё)
- В). Постмодернистские теории (Ж. Бодрийяр)
- Г). Концепция символического интеракционизма (Дж. Мид, Г. Блумер)

Тип интернет-рекламы, особенностью которой является ее демонстрация возможному клиенту именно в тот момент, когда он выразил интерес или намерение купить товар/услугу и начал поиск нужной ему информации посредством ввода информации в поисковую систему ...

- А). Контекстная реклама
- Б). Баннерная реклама
- В). E-mail-рассылки
- Г). SMM

На эффективность восприятия рекламных сообщений влияют факторы: физические, психологические, семантические. Причиной семантических помех является ...

- А). Некачественная организация рекламной кампании
- Б). Недостаток технических возможностей каналов передачи информации
- В). Особенности восприятия рекламы представителями различных целевых групп потребителей рекламной продукции.
- Г). Неоднозначность интерпретации аудиторией лингвистических особенностей текста, понятий, терминов, названий.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Домашняя работа № 1

Примерный перечень тем

1. СМИ в массовой культуре

Примерные задания

Задание: разделиться на группы по 2-3 человека, можно индивидуально; выбрать фильм из списка, написать кинокритику на фильм и проанализировать его с точки зрения социолога, ответив на вопросы:

Какой образ журналиста создается в фильме? Как показана работа журналиста?

Какие социальные функции он выполняет?

С какими социальными институтами взаимодействует?

С какими социальными проблемами сталкивается и каким образом решает?

Какое мнение о себе формирует в рамках массового сознания?

Можно ли сравнить с работой российского журналиста? В чем сходства, отличия?

Попытаться применить одну или несколько теорий СМИ из ранее изученных.

Список фильмов:

Вся президентская рать (1976)

Плутовство или Хвост виляет собакой (1999)

Свой человек (1999)

Афера Стивена Гласа (2003)

Зодиак (2007)

Доброе утро (2010)

Пятая власть (2013)

Стрингер (2014)

В центре внимания (2015)

Французский вестник (2021)

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.4. Домашняя работа № 2

Примерный перечень тем

1. Манипулятивные технологии в политическом ток-шоу

Примерные задания

Задание: разделиться на группы по 3-4 человека. Выбрать одно из представленных ниже политических ток-шоу, подобрать выпуск для анализа.

- Время покажет – Первый канал
- Док-Ток – Первый канал
- Большая игра – Первый канал
- Вечер с Владимиром Соловьевым – Россия 1
- 60 минут – Россия 1
- Кто против – Россия 1
- Место встречи – НТВ
- Еще не вечер – Телеканал Дождь (*признан иноагентом)
- Daily Show

Пункты анализа:

1. Определить целевую аудиторию программы: ее социально-демографические характеристики, уровень образования, социально-профессиональный статус, партийно-идеологические взгляды, интересы и ценности.

2. Образ ведущего программы: его коммуникативные особенности, его внешний вид, поведение.

3. Пространство студии: как организовано пространство, расположение ведущего и экспертов.

4. Выделить и описать манипулятивные технологии, подтверждая их конкретными цитатами.

5. Сформулировать общее впечатление, оценить успешность манипулятора и эффективность его технологий относительно целевой аудитории.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.5. Домашняя работа № 3

Примерный перечень тем

1. Структурный анализ рекламы

Примерные задания

Семиотический анализ рекламы по методике Р. Барта.

Объект анализа – самостоятельно выбирает студент

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.6. Научный доклад/доклад № 1

Примерный перечень тем

1. Теории СМИ и медиасистем

Примерные задания

- Концепция привратника К. Левина.
- Концепция установления пунктов «повестки дня» М.Е. МакКомбса и Д.Л. Шоу.
- Теория культивации Дж. Гербнера.
- Теория магической пули (теория инъекций/ теория приводного ремня), теория пропаганды Г. Лассуэлла;
 - «Общественное мнение» У. Липпмана.
 - Теория «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман.
 - Концепция «лидеров мнений» П. Лазарсфельда; Модель многоступенчатого потока информации П. Лазарсфельда.
 - Теория информационного дефицита Г. А. Донахью.
 - Четыре теории прессы Ф. Сиберт, Т. Петерсон, У. Шрамм.
 - Три модели СМИ и политики Д. Халлин, П. Манчини.
 - Нормативные теории масс-медиа Дэниса Маккуэйла.
 - Типология новостей (К. Джемисон, К. Кэмпбелл).
 - Моральная паника (С. Коэн).

Подготовка доклада длительностью 5-7 минут.

Основные требования к устному выступлению:

- требование определенности, ясности;
- требование последовательности;
- требование непротиворечивости;
- требование обоснованности.

Устное выступление включает в себя несколько этапов: подготовительный этап, составление текста и выступление перед аудиторией. Установив цель выступления можно сформулировать его основную идею и название, чтобы определить стратегию выступления, которую называют задачей. После формулировки цели и задачи выступления нужно составить его предварительный план, который может корректироваться в ходе работы над текстом.

Письменный текст позволяет лучше упорядочить материал и поработать над выразительностью выступления. Составление текста нужно также для формирования композиции выступления и способов его изложения. Композиция выступления (расположение материала и соотношение его частей) должна отвечать принципам логической последовательности, усиления воздействия и экономии средств.

Выступление перед аудиторией будет более эффективным, если выступать без текста. Для этого окончательно отработанный текст нужно несколько раз прочитать, чтобы запомнить логику выступления и подобрать верную интонацию.

В качестве материалов-подсказок для выступления можно воспользоваться:

- развернутым планом выступления. Он предполагает разбивку выступления на вопросы и подвопросы и уместается на небольшом листке. На листки того же формата выписывается демонстрационный материал (цитаты, примеры, цифры и т.д.). На плане выступления следует сделать пометки, когда обращаться к такому материалу;
- тезисным планом, состоящим из утверждений по каждому вопросу, которые записываются на карточках;
- конспектом из ключевых слов и фраз;
- картой-схемой речи, когда основные положения выписываются в определенной последовательности на одном листке, а затем на другом - каждое положение иллюстрируется. Потом оба листка соединяются в один, образовав карту-схему речи.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.7. Научный доклад/доклад № 2

Примерный перечень тем

1. Подходы к изучению рекламы

Примерные задания

- реклама в рамках парадигмы символического интеракционизма (Джордж Мид, Герберт Блумер).
- реклама в рамках феноменологической парадигмы (А. Шюц).
- реклама в контексте структурно-функциональной теории П. Бурдьё.
- реклама в контексте постмодернистских теорий (З. Бауман, Ж. Бодрийяр).
- бихевиоризм в рекламе, фрейдистский подход (идеи психоанализа в современной рекламе).

Подготовка доклада длительностью 5-7 минут.

Основные требования к устному выступлению:

- требование определенности, ясности;
- требование последовательности;
- требование непротиворечивости;
- требование обоснованности.

Устное выступление включает в себя несколько этапов: подготовительный этап, составление текста и выступление перед аудиторией. Установив цель выступления можно сформулировать его основную идею и название, чтобы определить стратегию выступления, которую называют задачей. После формулировки цели и задачи выступления нужно составить его предварительный план, который может корректироваться в ходе работы над текстом.

Письменный текст позволяет лучше упорядочить материал и поработать над выразительностью выступления. Составление текста нужно также для формирования композиции выступления и способов его изложения. Композиция выступления (расположение материала и соотношение его частей) должна отвечать принципам логической последовательности, усиления воздействия и экономии средств.

Выступление перед аудиторией будет более эффективным, если выступать без текста. Для этого окончательно отработанный текст нужно несколько раз прочитать, чтобы запомнить логику выступления и подобрать верную интонацию.

В качестве материалов-подсказок для выступления можно воспользоваться:

- развернутым планом выступления. Он предполагает разбивку выступления на вопросы и подвопросы и уместается на небольшом листке. На листки того же формата выписывается демонстрационный материал (цитаты, примеры, цифры и т.д.). На плане выступления следует сделать пометки, когда обращаться к такому материалу;
- тезисным планом, состоящим из утверждений по каждому вопросу, которые записываются на карточках;
- конспектом из ключевых слов и фраз;
- картой-схемой речи, когда основные положения выписываются в определенной последовательности на одном листке, а затем на другом - каждое положение иллюстрируется. Потом оба листка соединяются в один, образовав карту-схему речи.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.8. Эссе

Примерный перечень тем

1. Анализ социальной рекламы

Примерные задания

Задание: разбиться на мини-группы – 4-5 человек, выбрать ролик социальной рекламы для анализа, проанализировать элементы социальной рекламы

Основные элементы кампаний социальной рекламы:

- Основание — общественное стремление, которое, как полагают агенты перемен, обеспечивает желаемый ответ на имеющуюся социальную проблему.
- Агент перемен — личность, организация или альянс, которые посредством кампании социальных изменений пытаются произвести какие-то перемены в обществе.
- Целевая аудитория — общественные группы или население в целом, которые являются объектом изменений со стороны агентов перемен.
- Каналы распространения — пути взаимодействия и каналы размещения рекламы, через которые производится воздействие и получается ответная реакция со стороны целевых групп.
- Стратегия изменений — направление или программа, принятые к действию агентами перемен для внесения изменений в отношение или поведение целевых групп.

Проанализировать характер воздействия рекламы, аргументировать свой ответ

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Коммуникация. Виды коммуникации. Массовая коммуникация, ее особенности.
 2. Определение и сравнение понятий: СМИ, СМК, медиа, масс-медиа. Традиционные и новые медиа.
 3. Объектно-предметная область социологии СМИ.
 4. СМИ как социальный институт. Особенности институционализации СМИ, функции. СМИ, регуляция деятельности СМИ (формальная и неформальная).
 5. Нормативные теории средств массовой информации.
 6. Теории ограниченного влияния СМИ.
 7. Теории активной аудитории СМИ.
 8. Взаимодействие СМИ с другими подсистемами общества. СМИ и массовая культура. СМИ и политика. СМИ и экономика.
 9. Манипулятивные технологии СМИ. Понятие манипулирования, признаки манипуляция.
 10. Социология рекламы как отрасль социологического знания.
 11. Реклама в России: основные этапы и особенности развития.
 12. Теоретические парадигмы и подходы к исследованию рекламы.
 13. Виды рекламы по медианосителям и целям. Социальная реклама, ее элементы.
 14. Структура рекламы. Модель рекламной коммуникации
 15. Механизмы и уровни психологического воздействия в рекламе.
 16. Социологические методы в рекламных исследованиях: качественный и количественный подход.
 17. Исследования целевой аудитории.
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-7	У-1	Практические/семинарские занятия

