Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.09.2026 12:34:45
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447

Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ И, ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Директор Международного
института журналистики и,
телевидения и медиакоммуникаций
_____ Ю.В. Шуйская
«17» декабря 2025г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине:
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки
42.04.02 Журналистика
(уровень магистратуры)

Направленность/профиль:
«Медиаменеджмент»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «Современные теории массовой коммуникации». Направление подготовки\специальность 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры). Направленность/профиль «Медиаменеджмент» / сост. д.ф.н. Гегелова Н. С. М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Разработчик: Н.С. Гегелова

Заведующий кафедрой: _____/ Ю.В. Шуйская

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Методология и методика медиаисследований» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) Современные теории массовой коммуникации». На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Для определения качества освоения обучающимися учебного материала по дисциплине используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Оценочное средство	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	**Тестирование**	Проверка уровня усвоения теоретического материала, владения терминологическим аппаратом и понимания ключевых понятий дисциплины. Формат — закрытые тестовые задания типов 1–4.	В разделе 6.3. Примерные тестовые задания. Используется для текущего и промежуточного контроля.
2	**Устный опрос / собеседование / коллоквиум**	Оценка глубины знаний и способности логически выстраивать ответ, выявление понимания основных закономерностей и понятий дисциплины.	В разделе 6.5. Методические материалы (описание процедуры оценивания). Применяется в семинарских занятиях.
3	**Письменная работа (контрольная, эссе)**	Проверка умений применять теоретические знания при решении задач, формулировать собственную позицию, аргументировать выводы.	В разделах 6.4.2 и 7.1. Используется для рубежного контроля и промежуточной аттестации (тип 5).
4	**Курсовая работа**	Комплексное письменное исследование, направленное на демонстрацию сформированных компетенций, аналитических и исследовательских навыков.	В разделе 5.3. Примерная тематика курсовых работ; 6.4.2. Оценивание курсовой работы.
5	**Ситуационный анализ (кейс)**	Практико-ориентированное задание для проверки способности анализировать реальные исследовательские и профессиональные ситуации, вырабатывать решения.	Раздел 7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов.
6	**Реферат / доклад / сообщение**	Форма самостоятельной исследовательской работы, направленная на развитие навыков анализа научной литературы и публичного представления результатов.	Раздел 6.5. Методические материалы; 5.1. Темы докладов и эссе.

7	**Профессионально-ориентированное эссе**	Проверка умения излагать и обосновывать собственную позицию по профессиональной проблеме, применять аналитический инструментарий дисциплины.	Раздел 7.1. Методические рекомендации по написанию эссе; тип 5.
8	**Творческое задание**	Нестандартное практическое задание, направленное на развитие исследовательского и аналитического мышления, интеграцию знаний.	Раздел 6.5. Методические материалы.
9	**Экзамен (итоговая аттестация)**	Итоговая форма контроля, включающая теоретические и практические вопросы (типы 3–5). Проверяет уровень освоения всех компетенций дисциплины.	Раздел 6.1. Форма промежуточной аттестации; 6.4.3. Тестирование; экзаменационные билеты.

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Сопроводительная информация.

Разработчик	Гегелова Н.С.
Кафедра	Журналистики, медиакоммуникаций и рекламы
Наименование дисциплины	Современные теории массовой коммуникации
Факультет / институт	Международный институт журналистики и, телевидения и медиакоммуникаций
Направление подготовки / специальность	«Медиаменеджмент» / 42.04.02 Журналистика
Количество вопросов в оценочных заданиях (диапазон)	25 - 40
Общее время тестирования (мин)	90
Общее количество вопросов/заданий в ФОС	*180*
Размещенность на веб-сайте Университета примерного перечня вопросов, заданий ФОС – для подготовки обучающихся к прохождению оценки (да / нет)	*Да*

3.2. Характеристика оцениваемых компетенций.

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	**ИОПК-2.1. Знает** тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах **ИОПК-2.2. Умеет** учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах **ИОПК-2.3. Владеет** навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	**ИОПК-4.1. Знает** запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности **ИОПК-4.2. Умеет** отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности **ИОПК-4.3. Владеет** навыком определения запросов общества и аудитории в профессиональной деятельности

Индикаторы достижения компетенций (ИОПК, ИПК) конкретизированы в РПД дисциплины “Методология и методика медиаисследования” (таблица 2.1).

4. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

4.1. ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.

Тесты содержат набор вопросов, в полном объеме охватывающие изученный теоретический материал по указанной теме (индикаторы ЗНАТЬ). Выполнение тестов позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций. Индивидуальный тестовый сеанс для каждого обучающегося формируется по специальному алгоритму, обеспечивающему заданную тематическую структуру и пропорциональное наличие вопросов разного типа и сложности.

При формировании тестов необходимо использовать задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Тема	Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2, ОПК-4	ИОПК-2.1, ИОПК-2.2, ИОПК-2.3, ИОПК-4.1, ИОПК-4.2, ИОПК-4.3	**Тип 1**. Задания закрытого типа на установление соответствия 1. Установите соответствие между элементами коммуникационного процесса и их функциями: A – коммуникатор, B – сообщение, C – канал, D – аудитория; 1 – передача содержания, 2 – формирование идеи, 3 – техническая доставка, 4 – восприятие информации. 2. Соотнесите уровни коммуникации (A – межличностная, B – групповая, C – массовая) с их характеристиками (1 – непосредственное взаимодействие, 2 – малая группа и распределение ролей, 3 – опосредованность и большая аудитория). 3. Установите соответствие между моделями коммуникации и их особенностями: A – линейная, B – интерактивная, C – транзакционная; 1 – акцент на передаче, 2 – двусторонний обмен, 3 – взаимное конструирование смысла. **Тип 2.** Задания закрытого типа на установление последовательности 1. Установите последовательность этапов коммуникационного процесса: формирование идеи - кодирование - передача по каналу - получение - декодирование - интерпретация - обратная связь. 2. Расположите в правильном порядке элементы процесса создания сообщения: анализ контекста - определение цели - выбор формы - кодирование

			- оформление - передача аудитории. 3. Определите последовательность действий при возникновении коммуникативного барьера: обнаружение помехи - анализ причины - выбор стратегии - корректировка сообщения - повторная передача. **Тип 3**. Задания комбинированного типа (выбор одного ответа + объяснение) 1. Какой элемент коммуникации отвечает за трансформацию мысли в условные знаки? а) кодирование; б) декодирование; в) интерпретация. Объясните, почему этот процесс является ключевым для успешной передачи смысла. 2. Что является главным условием эффективной обратной связи? а) своевременность; б) яркость сообщения; в) визуальное оформление. Обоснуйте свой выбор. 3. Какой канал наиболее уязвим к информационным помехам? а) цифровой; б) устный; в) визуальный. Поясните, что влияет на степень искажения. **Тип 4.** Задания комбинированного типа (выбор нескольких ответов + объяснение) 1. Какие факторы влияют на успешность восприятия сообщения? выберите два–три варианта: а) контекст ситуации; б) эмоциональное состояние получателя; в) громкость речи; г) случайность. Объясните влияние выбранных факторов.

			2. Какие функции выполняет коммуникационный канал? выберите несколько вариантов: а) транспортировка сообщений; б) усиление смысла; в) искажение содержания; г) обеспечение скорости передачи. Обоснуйте выбор. 3. Что помогает минимизировать коммуникативные помехи? выберите несколько: а) повтор сообщения; б) чёткая структура текста; в) увеличение скорости речи; г) адаптация под аудиторию. Объясните, почему эти решения работают. **Тип 5.** Задания открытого типа с развернутым ответом 1. Раскройте структуру коммуникационного процесса и поясните, как каждый элемент влияет на итоговый смысл сообщения. 2. Объясните роль обратной связи в коммуникации и опишите ситуации, когда её отсутствие приводит к искажению результата. 3. Проанализируйте, как внешние и внутренние помехи влияют на процесс коммуникации и какие стратегии позволяют снизить их эффект.

Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2, ОПК-4	ИОПК-2.1, ИОПК-2.2, ИОПК-2.3, ИОПК-4.1, ИОПК-4.2, ИОПК-4.3	**Тип 1.** Задания закрытого типа на установление соответствия 1. Установите соответствие между типами коммуникаторов и их характеристиками: A – информационный, B – интерпретирующий, C – манипулятивный; 1 – стремится дать максимально точные факты, 2 – акцентирует оценки и смыслы, 3 – использует скрытые приёмы влияния. 2. Соотнесите роли коммуникатора с их задачами: A – инициатор, B – посредник, C – эксперт; 1 – формирует и запускает сообщение, 2 – обеспечивает связь между сторонами, 3 – анализирует и интерпретирует информацию. 3. Установите соответствие между характеристиками коммуникатора и их проявлениями: A – компетентность, B – харизма, C – надёжность; 1 – вызывает доверие, 2 – проявляется в уверенной манере общения, 3 – обеспечивает качество содержания. **Тип 2.** Задания закрытого типа на установление последовательности 1. Расположите этапы подготовки коммуникатора к созданию сообщения: анализ аудитории - определение цели - сбор информации - структурирование - формулирование сообщения - финальная адаптация. 2. Установите правильную последовательность формирования имиджа коммуникатора: определение желаемого образа - анализ восприятия аудитории - подбор выражения и стиля -

			корректировка поведения - закрепление образа. 3. Определите последовательность профессиональных действий коммуникатора при взаимодействии с аудиторией: установление контакта - передача сообщения - уточнение обратной связи - корректировка подачи - завершение коммуникации. **Тип 3.** Задания комбинированного типа (выбор одного ответа + объяснение) 1. Какой фактор сильнее всего влияет на доверие аудитории к коммуникатору? а) профессиональная компетентность; б) яркость визуального образа; в) частота появления в медиапространстве. Объясните выбор. 2. Что является ключевым элементом имиджа коммуникатора? а) стиль речи; б) техническое качество оборудования; в) цвет оформления студии. Обоснуйте ответ. 3. Какой тип коммуникатора наиболее эффективен в аналитической журналистике? а) манипулятивный; б) информационный; в) интерпретирующий. Поясните логическую связь. **Тип 4.** Задания комбинированного типа (выбор нескольких ответов + объяснение) 1. Какие качества коммуникатора повышают эффективность восприятия сообщения? выберите несколько: а) чёткость речи; б) эмоциональная уравновешенность; в) уверенность; г) артистичность. Объясните

			влияние каждого выбранного качества. 2. Какие действия помогают коммуникатору удерживать внимание аудитории? выберите несколько: а) варьирование интонации; б) постоянное использование сложных терминов; в) примеры из практики; г) визуальная поддержка. Поясните выбор. 3. Что усиливает доверие аудитории к коммуникатору? выберите несколько: а) прозрачность мотивации; б) демонстрация экспертности; в) игнорирование вопросов; г) последовательная аргументация. Обоснуйте. **Тип 5.** Задания открытого типа с развернутым ответом 1. Проанализируйте, какие личностные и профессиональные качества определяют эффективного коммуникатора и почему они важны в современном медиапространстве. 2. Раскройте роль коммуникатора в процессе формирования медиасообщения и объясните, как его субъективность влияет на итоговый смысл. 3. Объясните, как формируется доверие аудитории к коммуникатору и какие факторы могут его укреплять или разрушать.

Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-2, ОПК-4	ИОПК-2.1, ИОПК-2.2, ИОПК-2.3, ИОПК-4.1, ИОПК-4.2, ИОПК-4.3	**Тип 1.** Задания закрытого типа на установление соответствия 1. Установите соответствие между видами аудитории и их характеристиками: A – массовая аудитория, B – целевая аудитория, C – сегментированная аудитория; 1 – имеет общие социально-демографические признаки, 2 – обладает выраженной заинтересованностью в определённой теме, 3 – включает большое число разнородных участников. 2. Соотнесите модели аудитории с их особенностями: A – пассивная аудитория, B – активная аудитория, C – интерактивная аудитория; 1 – реагирует выборочно и взаимодействует с контентом, 2 – воспринимает информацию без обратной связи, 3 – участвует в создании и распространении контента. 3. Установите соответствие между методами изучения аудитории и их назначением: A – опрос, B – контент-анализ, C – фокус-группа; 1 – исследование мнений и предпочтений, 2 – изучение структуры медиасообщений, 3 – выявление детализированных мотиваций и установок. **Тип 2.** Задания закрытого типа на установление последовательности 1. Расположите в правильной последовательности стадии восприятия медиасообщения аудиторией. Элементы (расположить по порядку): 1. формирование отношения к полученной информации;

			2. привлечение внимания аудитории к сообщению; 3. когнитивная интерпретация и осмысление содержания; 4. первичное восприятие и распознавание сообщения; 5. возможная поведенческая реакция аудитории. 2. Установите правильную последовательность этапов анализа целевой аудитории. Элементы (расположить по порядку): 1. выделение ключевых характеристик и признаков аудитории; 2. сбор исходных данных о возрасте, интересах, поведении, потребностях; 3. определение типичных моделей потребления информации; 4. сегментирование аудитории на группы по выявленным признакам; 5. формирование итогового портрета аудитории для медиапланирования. 3. Определите последовательность процесса взаимодействия медиапродукта с аудиторией. Элементы (расположить по порядку): 1. публикация медиаматериала в выбранном канале; 2. планирование содержания с учётом характеристик аудитории; 3. получение отклика и фиксация реакции аудитории; 4. адаптация формы и языка подачи под целевую группу;

			5. оценка реакции аудитории и корректировка стратегии. **Тип 3.** Задания комбинированного типа (один ответ + объяснение) 1. Какой фактор сильнее всего влияет на восприятие информации аудиторией? а) личный опыт; б) цветовая гамма сайта; в) скорость обновления контента. Объясните выбор. 2. Что является главным признаком целевой аудитории? а) случайный характер потребления информации; б) объединение по общим интересам; в) принадлежность к одной социальной группе. Поясните ответ .3. Какой метод лучше всего подходит для анализа ожиданий аудитории? а) фокус-группа; б) автоматический подсчёт упоминаний; в) контент-анализ. Обоснуйте выбор. **Тип 4.** Задания комбинированного типа (несколько ответов + объяснение) 1. Какие характеристики наиболее важны при сегментировании аудитории? выберите несколько: а) возраст; б) мотивации; в) внешний вид; г) уровень цифровой грамотности. Объясните влияние выбранных характеристик. 2. Какие действия медиапроизводителя повышают вовлечённость аудитории? выберите несколько: а) использование интерактивных форматов; б) игнорирование комментариев; в) адаптация языка и стиля; г)

			регулярная публикация контента. Поясните выбор. 3. Какие факторы способствуют формированию доверия аудитории? выберите несколько: а) прозрачность источников; б) агрессивная манера подачи; в) точность информации; г) предсказуемость контента. Объясните выбор. **Тип 5.** Задания открытого типа с развёрнутым ответом 1. Объясните, как меняется роль аудитории в условиях цифровой коммуникации и почему она становится активным участником медиапроцессов. 2. Раскройте особенности восприятия медиасообщений различными социальными группами и приведите примеры факторов, влияющих на интерпретацию информации. 3. Опишите, почему анализ аудитории необходим при создании медиапродукта и как он влияет на структуру и содержание сообщения.
Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2, ОПК-4	ИОПК-2.1, ИОПК-2.2, ИОПК-2.3, ИОПК-4.1, ИОПК-4.2, ИОПК-4.3	**Тип 1.** Задания закрытого типа на установление соответствия 1. Установите соответствие между типами коммуникации и их характеристиками: А – межличностная коммуникация, В – групповая коммуникация, С – организационная коммуникация; 1 – взаимодействие между двумя участниками в условиях личного контакта, 2 – общение внутри небольшой социальной группы с распределением ролей, 3 – обмен информацией в рамках формализованной структуры с фиксированными правилами. 2. Соотнесите уровни

			коммуникации с примерами: А – массовая коммуникация, В – межкультурная коммуникация, С – институциональная коммуникация; 1 – взаимодействие между представителями разных культур и традиций, 2 – информационное воздействие на большую, разнородную и анонимную аудиторию, 3 – коммуникация в рамках государственных, общественных или корпоративных институтов. 3. Установите соответствие между формами коммуникации и их особенностями: А – вербальная коммуникация, В – невербальная коммуникация, С – паралингвистическая коммуникация; 1 – передача смыслов при помощи речи и текстов, 2 – выражение значений при помощи жестов, мимики и поз, 3 – использование интонации, пауз и темпа речи для усиления основного сообщения. **Тип 2.** Задания закрытого типа на установление последовательности 1. Расположите в правильной последовательности стадии эффективного межличностного взаимодействия. Элементы (расположить по порядку): установление первичного контакта между участниками общения; обмен сообщениями и уточнение содержания; проверка понимания и согласование смысла; формирование отношения и реакции на полученную информацию; завершение взаимодействия и фиксация результата общения.

			2. Установите правильную последовательность этапов развития групповой коммуникации. Элементы (расположить по порядку): формирование группы и сбор её участников; определение общей цели совместной деятельности; распределение ролей и функций внутри группы; выработка норм и правил взаимодействия; реализация совместной деятельности и принятие решений; анализ результатов и оценка эффективности коммуникации внутри группы. 3. Определите последовательность основных этапов организационной коммуникации в медиаструктуре. Элементы (расположить по порядку): определение цели внутреннего или внешнего сообщения; подготовка и согласование содержания коммуникации; выбор канала и формы передачи информации; доведение сообщения до адресатов внутри или вне организации; получение обратной связи и фиксация реакции; корректировка последующих коммуникаций с учётом полученных результатов. **Тип 3**. Задания комбинированного типа (выбор одного правильного ответа с объяснением)1. Какой тип коммуникации наиболее сильно зависит от неформальных отношений между участниками? а) межличностная коммуникация; б) институциональная коммуникация; в) массовая коммуникация. Объясните выбор, опираясь на особенности взаимодействия. 2. Какой тип коммуникации в

			наибольшей степени опирается на формальные правила и регламенты? а) групповая коммуникация; б) организационная коммуникация; в) межличностная коммуникация. Поясните, почему именно этот тип предполагает формализованные процедуры. 3. Какой тип коммуникации чаще всего предполагает анонимность и опосредованность взаимодействия? а) межличностная коммуникация; б) массовая коммуникация; в) межкультурная коммуникация. Обоснуйте ответ с учётом характеристик аудитории и канала. **Тип 4.** Задания комбинированного типа (выбор нескольких ответов с объяснением) 1. Какие факторы наиболее существенно влияют на успешность межкультурной коммуникации? выберите несколько: а) знание культурных норм и ценностей партнёра; б) готовность к диалогу и уважительное отношение; в) жёсткое отстаивание собственной позиции без учёта контекста; г) владение языком общения на достаточном уровне. Объясните, почему выбранные факторы помогают снизить риск недопонимания. 2. Какие условия повышают эффективность групповой коммуникации? выберите несколько: а) ясная, разделяемая всеми цель; б) доверительная атмосфера внутри группы; в) постоянное соперничество между участниками; г) чёткое распределение ролей и

			ответственности. Обоснуйте значение каждого выбранного условия для качества взаимодействия. 3. Какие признаки характерны для массовой коммуникации? выберите несколько: а) опосредованность общения через технические каналы; б) персональный и устойчивый контакт между участниками; в) разнородность и анонимность аудитории; г) ориентация на широкое распространение информации. Объясните выбор, опираясь на особенности массовой коммуникации. **Тип 5**. Задания открытого типа с развёрнутым ответом 1. Объясните, в чём принципиальные различия между межличностной, групповой, организационной и массовой коммуникацией, и проиллюстрируйте ответ примерами из медиапрактики. 2. Раскройте специфику межкультурной коммуникации и опишите, какие трудности возникают при взаимодействии представителей разных культур в медиасреде. 3. Проанализируйте роль организационной коммуникации в работе медиаорганизации и объясните, как качество внутренних коммуникаций влияет на создаваемые медиапродукты.

Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2, ОПК-4	ИОПК-2.1, ИОПК-2.2, ИОПК-2.3, ИОПК-4.1, ИОПК-4.2, ИОПК-4.3	**Тип 1.** Задания закрытого типа на установление соответствия 1. Установите соответствие между функциями массовой коммуникации и их описаниями: А – информационная функция, В – социально-ориентирующая функция, С – культурно-трансляционная функция; 1 – формирование представлений о нормах общества, 2 – передача сведений о событиях и процессах, 3 – сохранение и распространение культурных ценностей. 2. Соотнесите характеристики массовой коммуникации с их проявлениями: А – публичность, В – опосредованность, С – массовость; 1 – взаимодействие через технические каналы, 2 – воздействие на большое количество разнородных людей, 3 – обращённость сообщения к неопределённой аудитории. 3. Установите соответствие между моделями влияния массовой коммуникации и их смыслом: А – модель «повестки дня», В – модель «спирали молчания», С – модель «использований и удовлетворений»; 1 – люди стремятся соответствовать доминирующему мнению, 2 – медиа определяют, о чём аудитория думает, 3 – аудитория активно выбирает медиа под свои потребности. **Тип 2.** Задания закрытого типа на установление последовательности 1. Расположите стадии воздействия массовой коммуникации на аудиторию. Элементы (расположить по порядку): первичное

			привлечение внимания к медиаматериалу; восприятие и понимание содержания; интерпретация информации с учётом личных установок; формирование отношения к сообщению; возможная поведенческая реакция. 2. Установите последовательность процесса формирования общественного мнения под влиянием массмедиа. Элементы (расположить по порядку): распространение информации медиаисточником; обсуждение информации аудиторией в социальных группах; усиление или ослабление отдельных позиций в массовом сознании; закрепление доминирующего мнения; отражение сформированного мнения в медиадискурсе. 3. Определите порядок этапов производства медиапродукта в системе массовой коммуникации. Элементы (расположить по порядку): выбор темы и определение цели; сбор и анализ информации; подготовка и структурирование материала; создание медиатекста в выбранной форме; публикация или эфир; получение реакции аудитории. **Тип 3.** Задания комбинированного типа (один правильный ответ + объяснение) 1. Какая функция массовой коммуникации является ключевой при формировании общественного мнения? а) рекреативная; б) информационная; в) эстетическая. Объясните выбор, исходя из роли медиасообщений в обществе.

			2. Какой канал чаще всего используется для оперативного распространения информации в массовой коммуникации? а) печатные издания; б) телевидение; в) цифровые платформы. Поясните свой выбор с учетом скорости и характера взаимодействия. 3. Какая модель объясняет влияние СМИ на то, какие темы становятся значимыми для общества? а) модель культивации; б) модель повестки дня; в) модель двуступенчатой коммуникации. Обоснуйте ответ. **Тип 4.** Задания комбинированного типа (несколько ответов + объяснение) 1. Какие признаки характерны для массовой аудитории? выберите несколько: а) разнородность; б) личный устойчивый контакт между участниками; в) анонимность; г) большая численность. Объясните выбор на основе особенностей массовой коммуникации. 2. Какие эффекты массовой коммуникации могут проявляться при регулярном воздействии медиаконтента? выберите несколько: а) изменение восприятия социальной реальности; б) повышение уровня личного доверия между людьми; в) формирование стереотипов; г) снижение зависимости от медиасообщений. Поясните влияние выбранных эффектов. 3. Какие особенности отличают массовую коммуникацию от межличностной? выберите несколько: а) опосредованность

			техническими каналами; б) персонализированное сообщение; в) обращение к большой аудитории; г) ограниченный доступ к обратной связи. Объясните различия. **Тип 5.** Задания открытого типа с развёрнутым ответом 1. Объясните, каким образом массовая коммуникация формирует социальные представления и влияет на коллективные оценки событий и явлений. 2. Проанализируйте роль массовой коммуникации в современном обществе и покажите, как цифровые платформы изменили характер медиавоздействия. 3. Раскройте механизмы влияния массовых медиа на поведение аудитории и приведите примеры из современной медиапрактики.

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий

4.2 ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Практические задания должны отражать умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ).

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2; ОПК-4	УМЕТЬ: выделять элементы коммуникационного процесса и анализировать их взаимодействие; выявлять коммуникативные помехи и оценивать их влияние. ВЛАДЕТЬ: навыками	1. Проанализировать выбранную коммуникационную ситуацию и определить её ключевые элементы. 2. Выявить коммуникативные помехи и предложить способы их устранения.

		построения модели коммуникации и выбора подходящего канала передачи информации.	3. Построить модель коммуникационного процесса и обосновать её структуру.
Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2; ОПК-4	УМЕТЬ: анализировать качества коммуникатора и оценивать их влияние на восприятие информации; адаптировать стиль и подачу под аудиторию. ВЛАДЕТЬ: навыками создания собственного медийного высказывания, выразительной и убедительной коммуникации.	1. Оценить профессиональные качества коммуникатора на примере медиавыступления. 2. Проанализировать влияние особенностей коммуникатора на восприятие сообщения. 3. Подготовить собственное медиавыступление, обеспечив ясность и выразительность подачи.
Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-2; ОПК-4	УМЕТЬ: определять целевую аудиторию, анализировать её характеристики и прогнозировать реакцию на медиаконтент. ВЛАДЕТЬ: методами сегментации аудитории и адаптации содержания под различные группы.	1. Определить целевую аудиторию медиапродукта и составить её профиль. 2. Оценить влияние особенностей аудитории на интерпретацию медиатекста. 3. Разработать рекомендации по адаптации сообщения под разные группы аудитории.
Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2; ОПК-4	УМЕТЬ: различать виды коммуникации и анализировать их особенности; выбирать подходящий тип коммуникации под задачу. ВЛАДЕТЬ: навыками сравнительного анализа коммуникационных форм и причин успешности/неуспешности взаимодействия.	1. Сравнить особенности межличностной, групповой, организационной и массовой коммуникации на примерах. 2. Определить барьеры в межкультурной коммуникации и предложить способы их преодоления. 3. Оценить эффективность различных каналов коммуникации и обосновать выбор оптимального канала.
Тема 5Массовая коммуникация	ОПК-2; ОПК-4	УМЕТЬ: анализировать механизмы воздействия массовой коммуникации и оценивать их влияние на аудиторию. ВЛАДЕТЬ: методами анализа медиаконтента и стратегиями создания сообщений для массовой аудитории.	1. Проанализировать медиатекст и определить механизмы влияния на массовую аудиторию. 2. Оценить влияние цифровых платформ на восприятие информации массовой аудиторией. 3. Разработать медиасообщение, формирующее определённое отношение аудитории, и

			обосновать стратегию воздействия.

Критерии оценивания практических занятий:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольные работы содержат несколько практических заданий по индивидуальным вариантам, в полном объеме охватывающих изученный материал по указанной теме (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ). Выполнение контрольных работ позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания для контрольной работы
Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2; ОПК-4	УМЕТЬ: анализировать элементы коммуникационного процесса и выявлять факторы, влияющие на передачу смысла. ВЛАДЕТЬ: навыками построения и оценки эффективности коммуникационных моделей.	1. Проанализировать предложенную коммуникационную ситуацию и подробно описать её структуру, выделив роли участников и каналы передачи информации. 2. Оценить влияние коммуникативных помех на искажение смысла сообщения в конкретном примере и предложить способы их минимизации. 3. Разработать модель

			коммуникации для профессиональной задачи, обосновав выбор каналов и методов подачи информации.
Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2; ОПК-4	УМЕТЬ: выявлять профессиональные и личностные характеристики коммуникатора и оценивать их влияние на восприятие. ВЛАДЕТЬ: навыками проектирования собственной коммуникативной стратегии.	1. На основе предложенного медиавыступления определить сильные и слабые стороны коммуникатора, провести анализ выразительности и убедительности подачи. 2. Исследовать влияние стиля общения коммуникатора на формирование отношения аудитории к содержанию сообщения. 3. Разработать индивидуальную стратегию выступления для заданной аудитории, обосновав выбор стиля, тона и формы подачи.
Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-2; ОПК-4	УМЕТЬ: анализировать характеристики аудитории и прогнозировать реакцию на медиаконтент. ВЛАДЕТЬ: методами сегментации и оценки потребностей аудитории.	1. Провести анализ целевой аудитории предложенного медиапродукта, определить её ключевые признаки и информационные запросы. 2. Оценить, как разные сегменты аудитории интерпретируют один и тот же медиатекст, подготовив сравнительный аналитический отчёт. 3. Разработать медиасообщение для выбранного сегмента аудитории, обосновав выбор содержания и формы подачи.
Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2; ОПК-4	УМЕТЬ: различать типы коммуникации и обосновывать выбор подходящего формата взаимодействия. ВЛАДЕТЬ: навыками анализа эффективности разных типов коммуникации.	1. Сравнить различные типы коммуникации (межличностная, групповая, организационная, массовая) на основе реального примера и объяснить, почему в данной ситуации предпочтителен определенный тип. 2. Проанализировать пример межкультурного взаимодействия и определить факторы, осложнившие или улучшившие коммуникацию. 3. Разработать предложение

			по оптимизации коммуникации в заданной организации, применив знания о типах коммуникации и каналах передачи информации.
Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2; ОПК-4	УМЕТЬ: анализировать механизмы воздействия массовой коммуникации на общественное мнение. ВЛАДЕТЬ: навыками разработки медиасообщений для массовой аудитории.	1. Проанализировать медиатекст с точки зрения механизмов влияния массовой коммуникации, выделив ключевые методы воздействия. 2. Оценить влияние цифровых платформ на поведение массовой аудитории на основе конкретного примера. 3. Разработать медиасообщение, способное изменить отношение к социальной проблеме, и обосновать выбранную стратегию.

Критерии оценивания контрольной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя.
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.4. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (индикаторы ЗНАТЬ, УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ – на выбор) включает в себя проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборка нормативного и иного материала и выполнение других заданий.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2; ОПК-4	ЗНАТЬ: элементы коммуникационного процесса. УМЕТЬ: анализировать взаимосвязь компонентов коммуникации. ВЛАДЕТЬ: методами построения коммуникационных моделей.	1. Составить схему коммуникационного процесса по предложенному примеру, выделив все ключевые элементы и их функции. 2. Выполнить сравнительный анализ двух моделей коммуникации (по выбору) и оформить выводы в таблице. 3. Подготовить краткий аналитический текст о влиянии коммуникативных помех на передачу информации.
Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2; ОПК-4	ЗНАТЬ: качества эффективного коммуникатора. УМЕТЬ: определять влияние коммуникатора на аудиторию. ВЛАДЕТЬ: навыками анализа выразительности и убедительности речи.	1. Провести анализ медиавыступления коммуникатора, выделив ключевые сильные и слабые стороны. 2. Составить таблицу характеристик коммуникатора (профессиональные, личностные, коммуникативные качества). 3. Написать мини-эссе о том, как индивидуальный стиль коммуникатора влияет на восприятие сообщения аудиторией.
Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-2; ОПК-4	ЗНАТЬ: характеристики аудитории. УМЕТЬ: определять целевые группы. ВЛАДЕТЬ: методами сегментации аудитории.	1. Заполнить таблицу профиля целевой аудитории выбранного медиапродукта. 2. Провести сравнительный анализ восприятия одного медиатекста двумя разными сегментами аудитории. 3. Подготовить рекомендации по адаптации медиасообщения под конкретный сегмент аудитории.

Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2; ОПК-4	ЗНАТЬ: классификацию типов коммуникации. УМЕТЬ: различать особенности форм взаимодействия. ВЛАДЕТЬ: методами сравнительного анализа коммуникации.	1. Заполнить таблицу различий между межличностной, групповой, организационной и массовой коммуникацией. 2. Проанализировать пример межкультурной коммуникации и выделить факторы успешности/неуспешности. 3. Подготовить краткий аналитический отчет о выборе оптимального канала коммуникации для заданной ситуации.
Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2; ОПК-4	ЗНАТЬ: функции и механизмы массовой коммуникации. УМЕТЬ: анализировать медийный контент. ВЛАДЕТЬ: методами оценки медиавоздействия.	1. Подготовить письменный анализ медиатекста, выделив механизмы воздействия на массовую аудиторию. 2. Составить таблицу функций массовой коммуникации с примерами из современных медиапрактик. 3. Разработать презентацию о влиянии цифровых платформ на формирование общественного мнения.

Критерии оценивания самостоятельной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	выставляется если работа носит научно-исследовательский характер, проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
хорошо	выставляется если проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
удовлетворительно	выставляется если проведен сравнительный анализ научно-методической литературы, приведены примеры
неудовлетворительно	выставляется если работа прошла проверку на антиплагиат и соответствует требованиям оформления

4.5. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа позволяет выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом.

Примерные индивидуальные задания (темы) для курсовых работ:

1 Анализ структуры коммуникационного процесса в современных медиа на примере выбранного медиапродукта.

2 Исследование роли коммуникатора в формировании доверия аудитории к медиаконтенту.

3	Анализ характеристик целевой аудитории и их влияния на восприятие медиасообщений.
4	Сравнительный анализ межличностной и массовой коммуникации в цифровой среде.
5	Коммуникационные помехи и способы их преодоления в цифровых медиа.
6	Влияние индивидуального стиля коммуникатора на эффективность медийного воздействия.
7	Сегментация аудитории: методы, инструменты и анализ поведения разных сегментов.
8	Типы коммуникации и их роль в формировании информационной картины мира.
9	Механизмы воздействия массовой коммуникации на общественное мнение.
10	Особенности межкультурной коммуникации в медиапространстве и барьеры взаимодействия.
11	Анализ влияния цифровых платформ на структуру и функции массовой коммуникации.
12	Разработка и обоснование медиастратегии для выбранного сегмента аудитории.

Критерии оценивания курсовой работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Представлены результаты структурированного и логически последовательного обзора литературных и иных источников по теме исследования. Структура курсовой работы логически и методически выдержана. Верно определены исходные данные для расчетов. Все аналитические расчеты выполнены верно, корректно применены методы экономического анализа, не нарушена методика анализа предмета исследования. Все выводы и предложения убедительно аргументированы. При защите курсовой работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на вопросы преподавателя, демонстрирует глубокое знание теоретического материала, способен аргументировать собственные утверждения и выводы
хорошо	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Представлены результаты структурированного и логически последовательного обзора литературных и иных источников по теме исследования. Структура курсовой работы логически и методически выдержана. Верно определены исходные данные для расчетов. В расчетах допускаются незначительные (не искажающие общего итога оценки) погрешности/ошибки. Большинство выводов и предложений аргументировано, корректно применены методы экономического анализа, не нарушена методика анализа предмета исследования. Оформление курсовой работы и полученные результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две несущественные ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах, в оформлении таблиц. Наличествует незначительное

	количество грамматических и/или стилистических ошибок. При защите курсовой работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на большинство вопросов преподавателя, демонстрирует хорошее знание теоретического материала, но не всегда способен аргументировать собственные утверждения и выводы. При наводящих вопросах преподавателя исправляет ошибки в ответе
удовлетворительно	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Результаты обзора литературных и иных источников представлены недостаточно полно, недостаточно логично и последовательно. Верно определены исходные данные для расчетов, но имеются грубые ошибки в расчетах. Аргументация выводов и предложений слабая или отсутствует. Экономические выводы носят констатирующий (описательный) характер. Имеются одно-два существенных отклонений от требований в оформлении курсовой работы. Полученные результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две существенных ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах. Много грамматических и/или стилистических ошибок. При защите курсовой работы обучающийся допускает грубые ошибки при ответах на вопросы преподавателя, демонстрирует слабое знание теоретического материала, в большинстве случаев не способен уверенно аргументировать собственные утверждения и выводы
неудовлетворительно	Содержание курсовой работы не соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Неверно определены исходные данные для расчетов, неверно и не корректно применены методы экономического анализа. Экономические выводы содержат неверную экономическую оценку. Имеются более двух существенных отклонений от требований в оформлении курсовой работы. Большое количество существенных ошибок по сути работы, много грамматических и стилистических ошибок и др. Полученные результаты не отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. При защите курсовой работы обучающийся демонстрирует слабое понимание программного материала, студент не может защитить свои решения, допускает грубые фактические ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе не отвечает на них. Курсовая работа не представлена преподавателю. Обучающийся не явился на защиту курсовой работы

5. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/зачета с оценкой/экзамена.

5.1. Вопросы к зачету/зачету с оценкой/экзамену:

К ЗАЧЕТУ

1 Дать развернутое объяснение структуры коммуникационного процесса и описать функции каждого его элемента.

2 Охарактеризовать роль коммуникатора в передаче смысла сообщения и объяснить, какие качества определяют эффективность его воздействия.

3 Раскрыть понятие целевой аудитории и объяснить, какие параметры используются для её анализа.

4 Сравнить различные типы коммуникации (межличностная, групповая, организационная, массовая) и объяснить их особенности.

5 Объяснить функции массовой коммуникации и привести примеры их проявления в современных медиапрактиках.

6 Проанализировать, какие коммуникативные помехи могут возникать в процессе передачи информации и как они влияют на интерпретацию сообщения.

7 Описать профессиональные и личностные качества, необходимые эффективному коммуникатору, и объяснить их роль в работе с аудиторией.

8 Объяснить отличие массовой аудитории от других типов аудиторий и раскрыть факторы, влияющие на её восприятие информации.

9 Охарактеризовать особенности межкультурной коммуникации и описать типичные трудности, возникающие при взаимодействии представителей разных культур.

10 Объяснить механизмы влияния медиаконтента на формирование общественного мнения и привести примеры их действия.

К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ

1 Раскрыть особенности коммуникационного процесса в разных медиасредах и объяснить, как изменяются его элементы при переходе в цифровой формат.

2 Проанализировать влияние коммуникатора на точность восприятия информации аудиторией и привести примеры ситуаций, когда личные качества коммуникатора усиливают или ослабляют сообщение.

3 Описать подходы к анализу аудитории и объяснить, как социальные, поведенческие и мотивационные характеристики влияют на взаимодействие с медиаконтентом.

4 Сравнить особенности межличностной, организационной и массовой коммуникации, указав различия в целях, структуре и характере взаимодействия.

5 Охарактеризовать функции массовой коммуникации и объяснить, какие из них играют ключевую роль в современном информационном обществе.

6 Объяснить природу коммуникативных барьеров и описать механизмы корректировки сообщения для повышения эффективности коммуникации.

7 Проанализировать роль коммуникатора как источника информации и описать факторы, влияющие на доверие аудитории к медиасообщению.

8 Объяснить особенности восприятия информации массовой аудиторией и описать факторы, формирующие реакцию на медиаконтент.

9 Раскрыть специфику межкультурной коммуникации и описать стратегии, способствующие успешному взаимодействию в контексте культурных различий.

10 Описать механизмы воздействия массовой коммуникации на массовое сознание и привести реальные примеры проявления этих механизмов.

К ЭКЗАМЕНУ

1 Дать развернутую характеристику коммуникационного процесса и объяснить, как взаимодействуют его элементы в условиях цифровой медиасреды.

2 Описать роль коммуникатора в системе массовой коммуникации и объяснить,

какие качества определяют эффективность его профессионального влияния.

3 Проанализировать основные подходы к изучению аудитории и объяснить, как особенности аудитории влияют на интерпретацию медиасообщений.

4 Сравнить основные типы коммуникации, указав их функции, характер взаимодействия и особенности применения в медиапрактике.

5 Раскрыть функции и механизмы воздействия массовой коммуникации, объяснив их значение в формировании общественного сознания.

6 Объяснить природу коммуникативных помех и детально описать механизмы их возникновения в цифровой и традиционной коммуникации.

7 Проанализировать профессиональные, личностные и коммуникативные качества, необходимые современному медиакоммуникатору.

8 Охарактеризовать массовую аудиторию, описав её специфические признаки, принципы формирования и особенности восприятия информации.

9 Дать развернутое объяснение межкультурной коммуникации, описав ключевые барьеры и стратегии успешного взаимодействия.

10 Проанализировать влияние цифровых платформ на развитие массовой коммуникации и объяснить, как цифровые медиа изменяют структуру и механизмы медиавоздействия.

11 Объяснить понятие «модель коммуникации» и сравнить не менее двух моделей, применяемых в современных медиа.

12 Описать специфику роли аудитории как активного участника коммуникационного процесса в условиях интерактивных цифровых платформ.

13 Охарактеризовать особенности групповой коммуникации и объяснить её роль в формировании коллективных решений и оценок.

14 Раскрыть механизмы формирования общественного мнения под влиянием массовой коммуникации и привести современные примеры.

15 Проанализировать процессы трансформации массовой коммуникации под влиянием конвергенции медиа и цифровизации информационной среды.

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
не зачтено	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; невладение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающимся правильно и полностью раскрыто содержание материала в пределах программы, чётко и правильно даны определения и раскрыто содержание понятий, точно использованы научные и технические термины, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения
хорошо	Выставляется, если обучающимся раскрыто основное содержание материала в пределах программы, даны определения и раскрыто содержание понятий, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения, но присутствуют незначительные нарушения в последовательности изложения, имеются одна-две неточности в содержании ответа
удовлетворительно	Выставляется, если обучающимся содержание учебного материала изложено фрагментарно, не всегда последовательно, не даны определения, не раскрыто содержание понятий, или они изложены с ошибками, допускаются ошибки и неточности в использовании научной терминологии, отсутствуют выводы и обобщения из предыдущего материала, или возможны ошибки в их изложении
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающимся основное содержание учебного материала не раскрыто, не даются ответы на основные вопросы, допускаются грубые ошибки в определении понятий, в использовании терминологии, отсутствуют выводы и обобщения

Содержание и структура оценочных материалов, представленных в разделе 4 ФОС, соответствуют таблице 7.1 «Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП в соотношении с оценочными средствами» Рабочей программы дисциплины «Система СМИ». Перечень форм текущего контроля, промежуточной аттестации и оценочных средств приведен в таблице 7.1 РПД.

6. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Задания для диагностической работы должны обеспечивать оценку полностью или частично сформированных компетенций. Каждое задание должно быть привязано к тому или иному индикатору сформированности компетенций.

При формировании заданий для диагностической работы необходимо использовать тестовые задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Все типы заданий должны быть представлены не менее одного раза.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
1	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	1. Соотнесите элементы коммуникационного процесса и их описания. A — коммуникатор, B — сообщение, C — канал, D — аудитория. 1 — формирует и инициирует передачу информации, 2 — оформленный смысл, передаваемый адресату, 3 — средство или путь передачи сообщения, 4 — получатели, которые интерпретируют содержание. Подумайте, как каждый элемент влияет на формирование общего смысла.	1. Установите соответствие между компонентами сообщения и их функциями. A — идея, B — код, C — форма, D — контекст. 1 — первичный смысл, 2 — превращение смысла в знаки, 3 — внешний вид подачи содержания, 4 — условия восприятия. Представьте, как эти элементы работают вместе.
2	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	2. Соотнесите типы коммуникативных помех с ситуациями. A — технические, B — семантические, C — психологические. 1 — из-за несоответствия значений терминов, 2 — из-за настроения, эмоций и установок, 3 — шумы и перебои сигнала. Представьте реальные примеры, чтобы выбрать верно.	2. Соотнесите модели коммуникации с их особенностями. A — Лассуэлл, B — Шеннон–Уивер, C — Осгуд–Шрамм. 1 — линейная структура «кто — что — по каналу — кому — с каким эффектом», 2 — акцент на кодировании/декодировании и помехах, 3 — взаимная, циклическая коммуникация. Выберите соответствия, учитывая

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
						принцип каждой модели.
3	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	3. Соотнесите уровни коммуникации с примерами. A — межличностный, B — групповой, C — массовый. 1 — телевыпуск новостей, 2 — обсуждение в рабочей группе, 3 — личная беседа. Подумайте, чем эти уровни отличаются по аудитории и задачам.	3. Соотнесите виды сообщений с их целями. A — информирующее, B — побудительное, C — экспрессивное. 1 — передача фактов, 2 — стимулирование действий, 3 — выражение эмоций. Учитывайте, как меняется функция сообщения.
4	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	1. Расположите этапы подготовки сообщения в логической последовательности: A — определение цели, B — анализ аудитории, C — формирование содержания, D — кодирование, E — выбор канала. Подумайте о реальной работе журналиста или спикера.	1. Расположите этапы восприятия информации: A — внимание, B — понимание, C — интерпретация, D — оценка, E — реакция. Представьте, как человек воспринимает сообщение шаг за шагом.
5	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	2. Определите порядок создания медиатекста: A — анализ контекста, B — определение ключевой мысли, C — подбор аргументов, D — структурирование материала, E — оформление. Представьте, как это происходит в редакции.	2. Установите последовательность возникновения искажений смысла: A — неверное кодирование, B — отсутствие контекста, C — неправильная интерпретация, D — искажённая обратная связь. Подумайте о примерах из реальной коммуникации.
6	Тема 1. Представление о коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	3. Расставьте этапы анализа качества коммуникации: A — оценка ясности, B —	3. Расположите этапы формирования обратной связи: A — восприятие, B —

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
	как о процессе и структуре				проверка логики, C — оценка уместности, D — коррекция подачи. Представьте, как коммуникатор оценивает своё сообщение.	формирование отношения, C — решение реагировать, D — передача реакции. Подумайте, как аудитория реагирует на сообщения.
7	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	1. Что важнее для точности передачи смысла? А) кодирование, Б) оформление, В) выбор канала. Выберите один вариант и объясните, как он влияет на результат коммуникации. Приведите пример из практики.	1. Что чаще всего вызывает искажения смысла? А) отсутствие контекста, Б) сложные формулировки, В) темп речи. Объясните, почему ваш вариант наиболее значим.
8	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	2. Какой канал лучше подходит для сложной информации? А) текст, Б) аудио, В) инфографика. Выберите вариант и объясните, почему он помогает точнее понять смысл.	2. Что помогает аудитории точнее воспринимать сообщение? А) структурированный текст, Б) эмоциональная подача, В) яркий дизайн. Выберите и обоснуйте.
9	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	3. Какой фактор сильнее влияет на доверие аудитории? А) источник, Б) форма подачи, В) стиль речи. Объясните свой выбор.	3. Какой формат помогает лучше запоминать информацию? А) истории, Б) схемы, В) лекции. Обоснуйте.
10	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 4	1. Выберите несколько факторов, которые помогают аудитории лучше понять сообщение: A — примеры, B — простые формулировки, C — сложный язык, D — визуализация. Объясните выбор.	1. Что улучшает восприятие текста? A — чёткая структура, B — повтор ключевых мыслей, C — хаотичная подача, D — визуальные элементы. Объясните.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
11	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 4	2. Какие характеристики делают сообщение эффективным? A — логичность, B — ясность, C — уважение к аудитории, D — перегруз фактами. Выберите несколько и объясните.	2. Что влияет на успешность коммуникации? A — учёт контекста, B — эмоциональная выразительность, C — отсутствие структуры, D — доступный язык. Объясните.
12	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 4	3. Какие элементы формируют интерпретацию сообщения? A — стиль, B — контекст, C — эмоциональный фон, D — длина текста. Объясните свой выбор.	3. Что влияет на правильное понимание? A — простота подачи, B — структурированность, C — визуальные образы, D — сложные термины. Обоснуйте.
13	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 5	1. Дайте развёрнутый анализ того, как взаимодействуют элементы коммуникационного процесса. Опишите, как изменение одного элемента может исказить смысл. Используйте примеры.	1. Подробно объясните, почему коммуникация имеет структурный характер. Приведите примеры из медиа или личной практики.
14	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 5	2. Объясните, как коммуникатор управляет пониманием сообщения. Опишите роль выбора канала, структуры и лексики. Примените примеры.	2. Раскройте, как формируется восприятие у аудитории: внимание, интерпретация, личный опыт. Поддержите ответ примерами.
15	Тема 1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 5	3. Раскройте, как помехи влияют на передачу смысла. Опишите влияние семантических, психологических и технических помех.	3. Объясните, как цифровая среда изменила структуру коммуникации. Приведите реальные примеры.
16	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	1. Соотнесите качества коммуникатора и их	1. Соотнесите роли коммуникатора и их функции. A —

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
					описания. A — компетентность, B — харизма, C — надёжность источника, D — ясность речи. 1 — вызывает доверие благодаря точным данным, 2 — делает подачу живой и убедительной, 3 — демонстрирует глубокое знание темы, 4 — говорит ясно и структурированно. Представьте, как эти качества проявляются в работе медиаспециалиста.	ведущий, B — журналист, C — эксперт, D — интервьюер. 1 — формирует ход беседы и удерживает структуру, 2 — собирает и подаёт информацию, 3 — даёт анализ и интерпретации, 4 — задаёт вопросы и раскрывает тему через диалог.
17	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	2. Соотнесите стили поведения коммуникатора с описаниями. A — авторитарный, B — демократичный, C — партнёрский. 1 — активно учитывает мнение аудитории, 2 — жёстко контролирует ход общения, 3 — строит коммуникацию на равноправии и диалоге. Распределите стили по принципам взаимодействия.	2. Соотнесите типы коммуникаторов с моделями поведения. A — информирующий, B — убеждающий, C — манипулирующий. 1 — объективно передает факты, 2 — аргументирует позицию и стремится влиять логикой, 3 — использует скрытые эмоциональные приемы.
18	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	3. Соотнесите коммуникативные навыки и примеры. A — эмпатия, B — логичность, C — выразительность. 1 — чувствует реакцию аудитории, 2 — выстраивает речь последовательно, 3 — использует выразительные интонации. Представьте, как эти	3. Соотнесите типичные ошибки коммуникатора с ситуациями. A — игнорирование аудитории, B — перегруз фактами, C — неясная основная мысль. 1 — слушателям трудно понять суть, 2 — аудитория не чувствует участия в коммуникации, 3 —

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
					навыки влияют на подачу.	речь кажется слишком сложной и перенасыщенной.
19	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	1. Расположите этапы подготовки выступления: A — формулирование цели, B — анализ аудитории, C — подбор содержания, D — структурирование речи, E — тренировка подачи. Вспомните логический порядок работы над публичной речью.	1. Расположите этапы подготовки интервью: A — изучение гостя, B — определение темы, C — подготовка вопросов, D — выстраивание логики диалога, E — анализ результата.
20	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	2. Установите последовательность формирования имиджа коммуникатора: A — позиционирование, B — манера речи, C — визуальный стиль, D — пробное выступление, E — корректировка по обратной связи. Представьте формирование цельного образа.	2. Определите порядок подготовки ведущего: A — изучение темы, B — составление сценария, C — подготовка вопросов, D — техническая проверка, E — корректировка подачи.
21	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	3. Расположите этапы возникновения проблем в коммуникации: A — неясная мысль, B — неверный стиль, C — неправильная интерпретация, D — потеря доверия, E — снижение эффективности общения. Представьте, как развивается ошибка.	3. Установите последовательность работы над аргументацией: A — формулирование тезиса, B — подбор фактов, C — структурирование аргументов, D — оценка достоверности, E — корректировка.
22	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	1. Что сильнее влияет на доверие аудитории? A — компетентность, B —	1. Что важнее при работе в прямом эфире? A — скорость реакции, B —

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
					эмоциональность, C — выразительность. Выберите один вариант и объясните, почему именно он определяет устойчивое восприятие коммуникатора.	эмоциональная устойчивость, C — лаконичность. Объясните выбор.
23	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	2. Какой стиль речи наиболее эффективен в сложных темах? A — нейтральный, B — эмоциональный, C — образный. Выберите один ответ и объясните, почему выбранный стиль помогает удерживать внимание.	2. Какой фактор помогает лучше раскрыть тему? A — точность формулировок, B — богатый словарь, C — необычные метафоры. Объясните свой выбор.
24	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	3. Что важнее для успешного интервью? A — подготовленные вопросы, B — умение слушать, C — уверенная подача. Выберите один вариант и объясните, почему он определяет качество диалога.	3. Какой навык сильнее влияет на удержание внимания аудитории? A — скорость речи, B — чёткость структуры, C — эмоциональные акценты. Обоснуйте ответ.
25	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 4	1. Какие качества делают коммуникатора убедительным? A — ясность речи, B — опыт, C — уважение к аудитории, D — высокий темп речи. Выберите несколько вариантов и объясните, почему они важны.	1. Какие элементы улучшат подачу материала? A — примеры, B — визуальные иллюстрации, C — длинные монологи, D — структурированность. Объясните.
26	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 4	2. Какие навыки помогают управлять беседой? A — логичность, B — гибкость, C — агрессивность, D — умение слушать. Выберите несколько	2. Что помогает избегать ошибок в коммуникации? A — анализ реакции аудитории, B — проверка смысла, C — перегруз фактами, D —

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
					ответов и поясните выбор.	структурирование материала. Объясните.
27	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 4	3. Какие факторы влияют на образ коммуникатора? A — визуальный стиль, B — манера общения, C — частота ошибок, D — скорость речи. Выберите несколько и обоснуйте.	3. Что повышает доверие аудитории? A — последовательность мысли, B — честность, C — эмоциональность, D — избегание сложных тем. Объясните выбор.
28	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 5	1. Дайте развёрнутый анализ роли фигуры коммуникатора в формировании смысла сообщения. Объясните, как личные качества, стиль подачи и манера общения влияют на интерпретацию.	1. Объясните, как коммуникатор формирует доверие аудитории. Приведите подробный пример из медиа или реальной коммуникации.
29	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 5	2. Раскройте, как коммуникатор управляет поведением аудитории через структуру речи, оформление материала и выбор аргументов. Приведите пример.	2. Опишите, как изменяется работа коммуникатора в цифровой среде. Объясните влияние новых форматов.
30	Тема 2. Фигура коммуникатора	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 5	3. Объясните, почему профессиональные качества коммуникатора определяют эффективность всех коммуникационных процессов. Подробно раскройте взаимосвязи.	3. Подробно опишите, как качества коммуникатора влияют на интерпретацию сообщения разными группами аудитории.
31	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.1	Тип 1	1. Соотнесите типы аудитории с описаниями. A — массовая аудитория, B — целевая аудитория, C — профессиональная	1. Соотнесите параметры аудитории и примеры. A — демография, B — интересы, C — ценности. 1 — предпочтения и темы

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
					аудитория. 1 — многочисленная и разнородная группа, воспринимающая общий поток информации, 2 — люди, отобранные по конкретным признакам и интересам, 3 — аудитория со специфическими знаниями. Подумайте, как разные типы реагируют на контент.	увлечений, 2 — возраст, пол, образование, 3 — установки и мировоззрение группы.
32	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.1	Тип 1	2. Соотнесите мотивы обращения к медиа и их описания. A — поиск информации, B — отдых, C — потребность в принадлежности. 1 — желание чувствовать эмоциональную связь с группой, 2 — стремление расслабиться, 3 — поиск актуальных сведений. Представьте реальные сценарии поведения людей в медиасреде.	2. Соотнесите методы изучения аудитории с характеристиками. A — количественные, B — качественные, C — смешанные. 1 — анализ больших числовых данных, 2 — глубинные интервью, наблюдения, 3 — сочетание статистики и качественного анализа.
33	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.3	Тип 1	3. Соотнесите сегменты аудитории и их характеристики. A — молодёжная, B — семейная, C — экспертная. 1 — предпочитает спокойные и понятные форматы, 2 — ценит визуально динамичный контент, 3 — ориентируется на глубину и аналитичность. Представьте	3. Соотнесите потребности аудитории и типы контента. A — ориентация в событиях, B — отдых, C — подтверждение взглядов. 1 — аналитические материалы, 2 — развлекательный контент, 3 — материалы, совпадающие с убеждениями аудитории.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
					реальную реакцию этих сегментов.	
34	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.2	Тип 2	1. Расположите этапы изучения аудитории: A — сбор данных, B — анализ поведения, C — сегментация, D — определение мотивов, E — выбор подхода к коммуникации. Подумайте, как аналитики выстраивают работу.	1. Расположите этапы оценки реакции аудитории: A — фиксация откликов, B — анализ обратной связи, C — выявление проблем, D — корректировка контента, E — повторная оценка.
35	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.2	Тип 2	2. Определите последовательность принятия решения о выборе формы подачи контента: A — изучение характеристик аудитории, B — сравнение форматов, C — подбор стиля, D — тестирование подачи, E — адаптация. Представьте, как медиа создают материалы «под аудиторию».	2. Расставьте этапы формирования медиапредпочтений аудитории: A — поиск информации, B — знакомство с источниками, C — выбор регулярных каналов, D — закрепление привычек, E — переход в стабильную лояльность.
36	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.2	Тип 2	3. Расположите этапы возникновения конфликтов восприятия: A — несоответствие ожиданий, B — непонимание контекста, C — эмоциональная реакция, D — критическая оценка, E — изменение отношения к источнику. Проанализируйте реальную ситуацию взаимодействия.	3. Установите порядок изменения интересов аудитории: A — знакомство с новой темой, B — рост интереса, C — поиск дополнительных материалов, D — углубление знания, E — устойчивое увлечение.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
37	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.3	Тип 3	1. Что сильно влияет на выбор аудитории? А) удобный формат, Б) эмоциональный тон, В) оригинальность подачи. Выберите один вариант и объясните, почему он определяет мотивацию аудитории.	1. Какой фактор определяет доверие аудитории? А) репутация источника, Б) визуальная подача, В) скорость обновления. Объясните выбор.
38	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.3	Тип 3	2. Какой подход лучше помогает понять потребности аудитории? А) интервью, Б) анализ статистики, В) сравнение трендов. Выберите один ответ и обоснуйте, почему он важнее.	2. Какой мотив чаще всего определяет медиаповедение? А) отдых, Б) поиск информации, В) интерес к обсуждениям. Объясните свой выбор.
39	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.2	Тип 3	3. Что помогает прогнозировать реакцию аудитории? А) знание ее привычек, Б) эмоциональная оценка автора, В) разнообразие формата. Выберите один вариант и подробно объясните.	3. Что сильнее влияет на удержание аудитории? А) ритм подачи, Б) глубина материала, В) визуальная насыщенность. Обоснуйте ответ.
40	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.3	Тип 4	1. Какие факторы формируют интерес аудитории? A — актуальность темы, B — эмоциональная подача, C — визуальные элементы, D — сложность формулировок. Выберите несколько и объясните, почему они важны.	1. Что помогает вовлечению аудитории? A — открытые вопросы, B — персонализация контента, C — перегруз фактами, D — логичная структура. Объясните.
41	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.2	Тип 4	2. Что влияет на формирование медиапривычек? A — частота публикаций,	2. Что определяет выбор платформы? A — интерфейс, B — репутация ресурса, C

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
					B — удобный формат, C — эмоциональные акценты, D — хаотичная подача. Выберите несколько вариантов и объясните.	— наличие комментариев, D — высокая реклама. Обоснуйте.
42	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.1	Тип 4	3. Какие параметры помогают точнее описать аудиторию? A — возраст, B — интересы, C — привычки потребления, D — случайные предпочтения. Выберите несколько и объясните роль каждого.	3. Какие характеристики влияют на поведение аудитории? A — ценности, B — социальный статус, C — мимолетные эмоции, D — профессиональный опыт. Обоснование обязательно.
43	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.3	Тип 5	1. Объясните, как формируются медиапотребности аудитории. Опишите влияние возраста, культурных особенностей и социальных факторов. Приведите примеры из разных медиа.	1. Дайте развернутый анализ того, как интересы аудитории влияют на производство контента. Покажите взаимосвязь между ожиданиями аудитории и формами подачи.
44	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.2	Тип 5	2. Раскройте, как аудитория интерпретирует информацию. Объясните роль личного опыта, эмоционального состояния и предварительных знаний. Подкрепите ответ примерами.	2. Объясните, как формируется доверие аудитории к источнику. Учтите настроение аудитории, репутацию и стиль подачи.
45	Тема 3. Аудитория коммуникации	ОПК-4	ИОПК-4.1	Тип 5	3. Опишите, как общие социальные и культурные факторы изменяют медиаповедение разных групп аудитории.	3. Объясните, как цифровая среда трансформировала способы взаимодействия аудитории с контентом. Покажите влияние новых

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
					Проиллюстрируйте примерами.	платформ и алгоритмов.
46	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	1. Соотнесите типы коммуникации и их описания. A — межличностная, B — групповая, C — организационная, D — массовая. 1 — общение лицом к лицу, 2 — взаимодействие малой группы людей, 3 — общение в формальной структуре, 4 — обращение к широкой разнородной аудитории. Распределите типы по характеру взаимодействия.	1. Соотнесите формы коммуникации и примеры. A — устная, B — письменная, C — невербальная. 1 — статьи, письма, 2 — речь, разговор, 3 — жесты, мимика.
47	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	2. Соотнесите каналы коммуникации с их характеристиками. A — личный разговор, B — электронная почта, C — социальные сети. 1 — быстрые реакции и диалог, 2 — официальные и структурированные сообщения, 3 — публичная площадка с мгновенной обратной связью. Представьте реальные ситуации общения.	2. Соотнесите формы подачи информации с назначением. A — инфографика, B — аналитическая статья, C — видеоролик. 1 — быстрое визуальное объяснение, 2 — глубокий разбор темы, 3 — привлечение внимания через динамику.
48	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	3. Соотнесите коммуникативные задачи с нужным типом коммуникации. A — обсуждение внутри коллектива, B — информирование населения, C — личная просьба. 1 — массовая коммуникация, 2 —	3. Соотнесите особенности типов общения с ситуациями. A — диалог, B — монолог, C — полилог. 1 — общение нескольких участников, 2 — обращение одного говорящего, 3 —

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
					межличностная коммуникация, 3 — групповая коммуникация.	двусторонний обмен мнениями.
49	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	1. Расположите этапы развития массовой коммуникации: A — появление технических средств, B — расширение аудитории, C — стандартизация сообщений, D — рост влияния, E — цифровизация. Представьте эволюцию медиа.	1. Расположите этапы восприятия информации аудиторией: A — внимание, B — понимание, C — интерпретация, D — оценка, E — реакция.
50	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	2. Установите последовательность выбора типа коммуникации: A — определение задачи, B — анализ аудитории, C — выбор канала, D — подбор формата, E — оценка результата. Представьте работу медиаспециалиста.	2. Расставьте этапы подготовки сложного сообщения: A — формулирование идеи, B — выбор аргументов, C — структурирование, D — оформление, E — корректировка подачи.
51	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	3. Расположите этапы развития межличностного конфликта: A — напряжение, B — недопонимание, C — эмоциональная реакция, D — спор, E — попытка урегулирования. Представьте ситуацию общения.	3. Установите последовательность действий в групповой коммуникации: A — постановка задачи, B — распределение ролей, C — обсуждение, D — принятие решения, E — анализ результата.
52	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	1. Какой тип коммуникации лучше подходит для сложных тем? A — межличностный, B — групповой, C — массовый. Выберите один и объясните, почему он	1. Какой канал оптимален для срочной информации? A — соцсети, B — электронная почта, C — личная беседа. Объясните выбор.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
					эффективнее для глубокого разбора вопросов.	
53	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	2. Какой формат лучше удерживает внимание? A — видео, B — текст, C — аудио. Выберите один вариант и объясните, как он влияет на восприятие аудитории.	2. Какая форма общения лучше для конфликтных ситуаций? A — личный разговор, B — переписка, C — публичное обсуждение. Обоснуйте выбор.
54	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	3. Какой тип коммуникации наиболее устойчив к ошибкам интерпретации? A — межличностный, B — организационный, C — массовый. Объясните выбранный вариант.	3. Что помогает формировать доверие? A — прозрачность подачи, B — эмоциональный тон, C — сложность структуры. Обоснуйте.
55	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 4	1. Какие факторы усиливают эффективность массовой коммуникации? A — ясность, B — частота, C — эмоциональность, D — отсутствие структуры. Выберите несколько и объясните.	1. Какие элементы улучшают групповое общение? A — уважение, B — чёткая структура, C — равное участие, D — перебивание. Объясните выбор.
56	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 4	2. Какие признаки помогают аудитории лучше понимать сообщение? A — контекст, B — визуальные элементы, C — скорость подачи, D — логичность. Выберите несколько и объясните роль каждого.	2. Какие качества делают коммуникацию результативной? A — последовательность, B — внимательность, C — агрессивность, D — простота языка. Объясните.
57	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 4	3. Какие факторы влияют на выбор канала	3. Какие элементы повышают точность передачи смысла? A —

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
					коммуникации? A — срочность, B — характер аудитории, C — сложность темы, D — личные предпочтения. Выберите несколько и объясните, почему.	паузы, B — примеры, C — перегруз фактами, D — структурирование. Обоснуйте.
58	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 5	1. Дайте развернутый анализ того, как разные типы коммуникации выполняют разные задачи в обществе. Объясните отличия по структуре, целям и инструментам.	1. Объясните, как выбор типа коммуникации влияет на интерпретацию сообщения аудиторией. Приведите примеры.
59	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 5	2. Опишите, как развивается коммуникация в условиях цифровизации. Объясните, какие типы усиливаются, а какие — теряют эффективность.	2. Проанализируйте, как изменилось поведение аудитории в новых форматах общения. Подкрепите примерами.
60	Тема 4. Типы коммуникации	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 5	3. Раскройте роль выбора канала в процессе коммуникации. Объясните, как особенности канала влияют на смысл и восприятие.	3. Объясните, как социальный контекст формирует типы коммуникации. Приведите реальные ситуации.
61	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	1. Соотнесите особенности массовой коммуникации с описаниями. A — открытая аудитория, B — стандартизированные сообщения, C — опосредованный характер. 1 — сообщения распространяются через технические средства, 2 — сообщения	1. Соотнесите элементы массовой коммуникации и их описания. A — коммуникатор, B — сообщение, C — канал. 1 — путь передачи информации, 2 — содержание, которое передается, 3 — источник, формирующий смысл.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
					ориентированы на широкую аудиторию, 3 — аудитория неоднородна и анонимна. Обдумайте влияние этих особенностей.	
62	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 1	2. Соотнесите функции массовой коммуникации и их проявления. A — информационная, B — социально-ориентирующая, C — развлекательная. 1 — помогает человеку ориентироваться в обществе, 2 — передает сведения о мире, 3 — способствует отдыху и эмоциональной разрядке.	2. Соотнесите типы массовой коммуникации и примеры. A — трансляционная, B — интерактивная, C — гибридная. 1 — телевещание, 2 — соцсети, 3 — стриминговые платформы.
63	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 1	3. Соотнесите задачи массовой коммуникации и примеры их реализации. A — формирование общественного мнения, B — поддержание социальных норм, C — трансляция культуры. 1 — освещение культурных событий, 2 — комментарии экспертов, 3 — программы о правилах и традициях.	3. Соотнесите характеристики аудитории массовой коммуникации с описаниями. A — анонимность, B — разнородность, C — неустойчивость внимания. 1 — разнообразные интересы, 2 — слабая обратная связь, 3 — быстрое переключение внимания.
64	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	1. Расположите этапы создания массового сообщения: A — анализ аудитории, B — формирование идеи, C — отбор фактов, D — структурирование, E — выбор канала.	1. Расположите этапы воздействия массовой коммуникации: A — привлечение внимания, B — интерпретация, C — принятие позиции, D — закрепление

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
					Представьте работу медиапроизводства.	мнения, E — реакция аудитории.
65	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	2. Установите последовательность развития медиасистемы: A — появление печати, B — развитие радио, C — телевидение, D — интернет, E — социальные медиа. Представьте эволюцию коммуникации.	2. Установите этапы формирования общественного мнения: A — возникновение вопроса, B — обсуждение, C — оформление позиции, D — распространение мнения, E — закрепление.
66	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 2	3. Расположите этапы оценки эффективности СМИ: A — сбор данных, B — анализ охвата, C — изучение реакции аудитории, D — выявление сильных и слабых сторон, E — корректировка контента.	3. Расположите этапы распространения информации в массовой коммуникации: A — создание сообщения, B — выбор канала, C — массовое распространение, D — реакция аудитории, E — вторичное обсуждение.
67	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	1. Какой фактор наиболее сильно влияет на общественное мнение? A — авторитет источника, B — эмоциональность подачи, C — скорость распространения. Выберите один вариант и объясните влияние на массовую аудиторию.	1. Какой компонент играет ключевую роль в массовой коммуникации? A — канал, B — сообщение, C — коммуникатор. Обоснование обязательно.
68	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 3	2. Какой формат лучше передает сложную информацию? A — аналитическая статья, B — видеоматериал, C — инфографика. Выберите один и	2. Какой канал лучше подходит для молодежной аудитории? A — социальные сети, B — телевидение, C — радио. Обоснуйте.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	Вариант 2
					объясните, почему он эффективнее.	
69	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 3	3. Что является ключевым преимуществом цифровой массовой коммуникации? A — скорость, B — интерактивность, C — персонализация. Выберите один ответ и объясните его влияние.	3. Что сильнее всего влияет на доверие к массовой информации? A — прозрачность производства, B — отсутствие манипуляций, C — визуальная подача. Объясните ответ.
70	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 4	1. Какие факторы усиливают влияние массовой коммуникации? A — эмоциональные акценты, B — повторяемость сообщения, C — логичность структуры, D — сложность языка. Выберите несколько и объясните.	1. Какие элементы делают сообщение убедительным? A — ясность, B — факты, C — примеры, D — перегруз деталями. Обоснование нужно.
71	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 4	2. Какие характеристики описывают массовую аудиторию? A — анонимность, B — устойчивость интересов, C — разнородность, D — высокая обратная связь. Выберите несколько вариантов и объясните их роль.	2. Какие элементы способствуют формированию массового восприятия? A — простая структура сообщения, B — эмоциональность, C — авторитет источника, D — сложность языка. Объясните выбор.
72	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 4	3. Какие характеристики усиливают распространение информации? A — высокая повторяемость, B — яркий визуальный ряд, C — непредсказуемость, D — понятная логика.	3. Какие факторы способствуют формированию группового обсуждения? A — провокационный контент, B — структурированная подача, C — открытые вопросы, D —

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
					Выберите несколько и объясните.	монотонность подачи. Обоснуйте.
73	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.3	Тип 5	1. Объясните, как массовая коммуникация влияет на формирование ценностей и социальных норм. Раскройте это на конкретных примерах.	1. Раскройте роль массовой коммуникации в формировании коллективного мировоззрения. Приведите примеры из разных сфер.
74	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.2	Тип 5	2. Дайте развёрнутый анализ влияния цифровых платформ на массовую коммуникацию. Покажите как позитивные, так и проблемные стороны.	2. Объясните, как изменилось медиапотребление под влиянием социальных сетей. Приведите примеры изменения поведения аудитории.
75	Тема 5. Массовая коммуникация	ОПК-2	ИОПК-2.1	Тип 5	3. Раскройте ключевые особенности массовой коммуникации по сравнению с другими типами. Объясните, какие факторы делают её уникальной.	3. Объясните, как массовая коммуникация влияет на интерпретацию событий широкой аудиторией. Укажите реальные примеры.

Критерии оценивания диагностической работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий