

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры
социологии и политологии
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой


И.А. Батанина

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

«Практика массовой коммуникации»

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации

с направленностью (профилем)
Технологии медиа

Форма(ы) обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Разработчик(и):

Муращенко М.В., доц. кафедры СиП, канд. полит. наук



1. Описание фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) включает в себя контрольные задания и (или) вопросы, которые могут быть предложены обучающемуся в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Указанные контрольные задания и (или) вопросы позволяют оценить достижение обучающимся планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), установленных в соответствующей рабочей программе дисциплины (модуля), а также сформированность компетенций, установленных в соответствующей общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

2. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

3 семестр

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.1)

1. Исключите лишний элемент в структуре медиаплана:
 - а) обоснование аудитории;
 - б) финансовые затраты;
 - в) контент медиа;
 - г) взаимодействие с органами государственной власти.
2. «Рекламный плакат должен содержать не более восьми слов, что является максимумом, который средний читатель способен усвоить с первого взгляда. Однако этот плакат – для читателей The Economist». Какой из принципов формирования успешного медиабренда реализован в этом плакате?
 - а) смотреть широко, но узко;
 - б) гибкость и быстрота;
 - в) создать клуб;
 - г) иметь видение.
3. Стратегию создания клуба каналом MTV можно однозначно назвать:
 - а) массовой;
 - б) демократической;
 - в) групповой;
 - г) элитарной.
4. В рамках реализации каналом ТНТ медиастратегии был создан «Comedy Club». Какие еще примеры создания клуба каналом ТНТ можно выделить:
 - а) выпуск дисконтных карт;
 - б) выпуск футболок и маек с символикой ТНТ;
 - в) использование фирменного логотипа на странице журнала;
 - г) привлечение внимания аудитории с помощью рекламных сообщений на канале.
5. Реальная и расчетная аудитории средств массовой информации соотносятся следующим образом:
 - а) реальная - это часть аудитории, которая регулярно потребляет информацию данного СМИ; расчетная имеет доступ к СМИ, но потребляет информацию не систематически;
 - б) реальная аудитория - это та, которая часто сама выступает в СМИ, а расчетная, которая пока не вовлечена в производство информации;

- в) реальная аудитория - это та, которая имеется у данного СМИ, а расчетная - на которую оно полагается в своей концепции;
- г) реальная и расчетная аудитории – это такие, на которые рассчитывает данное СМИ.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.2)

1. Соотнесите методы исследования и вид.
 - а) качественные методы исследования;
 - б) количественные методы исследования;
 - 1) дневники радиослушателей;
 - 2) метод аудиметров;
 - 3) наблюдение;
 - 4) анализ звонков в редакцию.
2. Персонафицированным коммуникатором является(ются):
 - а) канал «НТВ»;
 - б) пресс-секретарь Президента РФ;
 - в) телевидение РФ;
 - г) ведущий программы «Новости» на первом канале.
3. Для изучения рекламных сообщений компании «Coca-Cola» могут быть использованы следующие методы социологических исследований:
 - а) контент-анализ;
 - б) анализ писем и звонков в редакцию;
 - в) метод аудиметров;
 - г) фокус-групповое интервью.
4. Безличным коммуникатором является(ются):
 - а) ведущий программы «Сегодня» на канале «НТВ» Беляев А.В.;
 - б) комментатор спортивных мероприятий Гусев В.М.;
 - в) канал «СТС»;
 - г) теле- и радиоведущий Набутов В.К.
5. Вы планируете провести исследование на тему «Влияние современного кинематографа на сознание современной молодежи». Расположите в логической последовательности действия, которые Вы предпримите:
 - а) подготовка инструментария;
 - б) разработка программы исследования;
 - в) полевой этап исследования;
 - г) написание аналитического отчета.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.3)

1. Объектом серии рекламных сообщений фирмы «Gillette» можно считать:
 - а) бритвенный станок;
 - б) мужчины;
 - в) пена для бритья;
 - г) женщины.
2. Какой из перечисленных предметов не является предметом-симулякром?
 - а) свеча в ресторане;
 - б) флаг с изображением герба России;
 - в) коллекционная монета;
 - г) «аватарка».

3. «Посуда бьётся к счастью. Наша посуда, к счастью, не бьётся» - это пример заголовка (рекламного сообщения):

- а) парадокс;
- б) перефраз;
- в) вопрос;
- г) совет.

4. «Стиральной машине SAMSUNG можно доверить любую стирку: действительно удобная, исключительно деликатная, удивительно компактная. SAMSUNG DIGITAL. Хорошо там, где мы есть!» - в рекламе (рекламном сообщении) используется метод манипуляции:

- а) 3-х «да»;
- б) акцентуации;
- в) эвфемизации;
- г) ложный выбор.

5. «У вас есть Маккона? Нет, к сожалению, закончился. Маккона есть у меня дома» - в рекламе (рекламном сообщении) используется метод манипуляции:

- а) 3-х «да»;
- б) акцентуации;
- в) эвфемизации;
- г) ложный выбор.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.1)

1. Функцию по созданию логотипа организации, слогана рекламного сообщения выполняет:

- а) отдел продвижения;
- б) креативный отдел;
- в) производственный отдел;
- г) медиа-отдел.

2. Подбор цитат – это эффективный способ воздействия на аудиторию, потому что:

- а) одни цитаты создают контекст для других;
- б) яркие фразы более убедительны;
- в) они принадлежат опытным специалистам;
- г) людям интересно сравнить свое мнение с чужим.

3. Метод отображения действительности в журналистике, нацеленный на фиксацию внешних, очевидных характеристик явления, на получение кратких сведений о предмете:

- а) аналитический;
- б) наглядно-образный;
- в) фактографический;
- г) презентационный.

4. Жанр журналистики, использующий элементы прогноза, аналитической записки, версии, репортажа, комментария:

- а) памфлет;
- б) журналистское расследование;
- в) рецензия;
- г) фельетон.

5. Если Вы используете технологии конструирования новостей, то следует помнить, что таковым не является:

- а) привязка новости к круглой дате;
- б) придание новости мониторингового характера;
- в) предложение СМИ события на выбор;
- г) демонстрация разных подходов к одной и той же информации.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.2)

1. Открытие нового корпуса в Тульской областной больнице, сопровождающееся освещением в СМИ и выступлением первых лиц области – это пример:
 - а) кампании по закреплению определенных установок и линий поведения;
 - б) кампании, направленные на модификацию поведения людей;
 - в) кампании по привлечению внимания общественности к явлению или событию;
 - г) кампания по информированию общественности о какой-либо программе или новом законе.
2. Процесс принятия бюджета Тульской областной Думой является серьезным поводом для информирования населения и примером:
 - а) кампании по закреплению определенных установок и линий поведения;
 - б) кампании, направленные на модификацию поведения людей;
 - в) кампании по привлечению внимания общественности к явлению или событию;
 - г) кампания по информированию общественности о какой-либо программе или новом законе.
3. Предвыборная кампания политической партии «Единая Россия» – это пример:
 - а) кампании по закреплению определенных установок и линий поведения;
 - б) кампании, направленные на модификацию поведения людей;
 - в) кампании по привлечению внимания общественности к явлению или событию;
 - г) кампания по информированию общественности о какой-либо программе или новом законе.
4. Какую структуру текста избрали бы Вы для написания аналитической справки по теме «Визуальная составляющая медиа-бренда»:
 - а) тезис - система доказательств - выводы;
 - б) версия - система доказательств – выводы;
 - в) только версии;
 - г) только система доказательств.
5. Соотнесите пример заголовка текста и его тип:
 - 1) прямое отражение события (факта) в теме;
 - 2) прямое отражение идеи в теме;
 - 3) опосредованное отражение в теме идейно-тематического решения через журналистский образ;
 - а) «Россия празднует день рождения В.В. Путина»;
 - б) «Дырявая плотина на валютной реке»;
 - в) «Ходорковский не виноват».

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.3)

1. Определите реальные на сегодняшний день ограничения, которые государство устанавливает для интернет-коммуникаций, в рамках демократической организации социума?
2. Как Вы думаете, для интернет-изданий нужна или не нужна государственная цензура?
3. Опишите все конфликты интересов интернет-СМИ (блогеров) и власти при освещении той или иной проблемы, актуальной для общества, в виде таблицы.
4. Укажите элементы механизма обновления внутреннего программного обеспечения.
5. На основе возможных проблем безопасности ICQ дайте рекомендацию по установлению безопасности информации, передаваемой через ICQ.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.1)

1. Социологические исследования массовой коммуникации могут быть направлены на изучение:
 - а) ценностных ориентиров канала «ТНТ»;
 - б) содержания партийной прессы;
 - в) отношения руководства компании к компромату в газете;
 - г) приоритетов развития мобильной коммуникации.
2. Для изучения рекламы (рекламного сообщения) могут быть использованы следующие методы социологических исследований:
 - а) контент-анализ;
 - б) анализ писем и звонков в редакцию;
 - в) метод аудиметров;
 - г) блиц-опрос;
 - д) дневники телезрителей.
3. Использование дневников радиослушателей и телезрителей, а также метода аудиметров позволяет выявить:
 - а) состав массовой аудитории;
 - б) предпочтения массовой аудитории;
 - в) шер канала;
 - г) ценностные ориентиры массовой аудитории.
4. Распределение зрителей между каналами в фиксированный момент времени – это:
 - а) рейтинг канала;
 - б) рейтинг передачи;
 - в) шер канала;
 - г) популярность канала.
5. Количество радиослушателей, наделенных определенными демографическими и социально психологическими характеристиками, предпочитающих данную радиопередачу – это:
 - а) рейтинг передачи;
 - б) шер радиоканала;
 - в) шер радиопередачи;
 - г) популярность канала.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.2)

1. Составьте перечень свойств различных средств массовой коммуникации и проранжируйте их по степени выстраивания эффективной коммуникации с массовой аудиторией.
2. Дайте определение понятию «выборочная совокупность»?
3. Какие социологические методы исследования Вы привлекли бы для изучения персонифицированного и безличного коммуникаторов в системе массовой коммуникации?
4. Сформулируйте проблему исследования по теме «Влияние рекламы на сознание современной молодежи».
5. Сформулируйте теоретический объект, предмет исследования по теме «Интернет-СМИ в структуре массовой коммуникации».

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.3)

1. Стратегию создания клуба журналом «The Economist» можно однозначно назвать:
 - а) массовой;

- б) групповой;
 - в) элитарной;
 - г) демократической.
2. «Защита медиабренда от подрыва его репутации» – это принцип по М. Тангейту:
- а) иметь видение;
 - б) качество;
 - в) смотреть широко, но узко;
 - г) гибкость и быстрота.
3. Рекламный баннер для фитнес-студии Power-Style, отличительной особенностью которой является высокая скорость достижения результата занятий и его устойчивость.



- 1) Оцените качество рекламной продукции с точки зрения направленности на аудиторию, сообщения о выгодах, визуальное оформление и др.
- 2) Предложите свой вариант текстовой рекламы для фитнес-студии Power-Style.
- 3) Определите объект, предмет, цель рекламного сообщения.
4. Напишите сценарий рекламного ролика социальной направленности (тематика определяется самостоятельно).
5. Предложите организационную схему (систему отделов) для неполнокомплексного рекламного агентства «Комар».

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.1)

1. Вы готовите пресс-конференцию, посвященную обороне г. Тулы. Расположите действия в логической последовательности:
 - а) рассылка пресс-релизов;
 - б) написание отчета о проделанной работе;
 - в) написание сценария проведения мероприятия;
 - г) распределение ролей и ответственных.
2. «Конференция состоится – это решено!» - это лид:
 - а) «вешалка»;
 - б) «одиночный выстрел»;
 - в) «каламбур»;
 - г) «стаккато».
3. Работая в таком аналитическом жанре как прогноз, в качестве системы доказательств Вы использовали бы:
 - а) статистические данные по проблеме;

- б) мнения обывателей;
 - в) официальные документы;
 - г) взгляды ученых-теоретиков.
4. «Вчера в Тульском государственном университете состоялись 20 ежегодные апрельские чтения студентов, аспирантов и молодых ученых. На научном мероприятии присутствовали гости из 43 субъектов РФ и 15 государств мира. Участники обсудили политические изменения, экономическую нестабильность валют и социальные проблемы стран третьего мира». Определите жанр журналистского текста:
- а) репортаж;
 - б) заметка;
 - в) рецензия;
 - г) прогноз.
5. При трансляции информации в средствах массовой коммуникации привлечение авторитетного посредника необходимо для того, чтобы:
- а) не готовить материал самостоятельно, а использовать в качестве информатора специалиста;
 - б) вызвать доверие у аудитории;
 - в) добиться максимальной достоверности передаваемого сообщения;
 - г) достичь определенной степени аналитичности материала.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.2)

1. Соотнесите пример заголовка текста и его тип:
 - 1) прямое отражение события (факта) в теме;
 - 2) прямое отражение идеи в теме;
 - 3) опосредованное отражение в теме идейно-тематического решения через журналистский образ;
 - а) «Серый кардинал подал в отставку»;
 - б) «Россияне стали чаще улыбаться»;
 - в) «Владимир, ты не прав».
2. Используя один факт, предложите несколько вариантов информационных заметок (новостей), которые могут транслироваться в разных СМИ.
3. Изложите свое мнение относительно какой-либо проблемы в сфере образования посредством использования техники журналистского расследования.
4. С помощью каких статических программ осуществляется обработка данных социологического исследования?
5. Охарактеризовать средство массовой информации, в изучении которого находится «теория социальных сетей». Определить преимущества и недостатки по сравнению с другими типами СМИ.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.3)

1. Предложите способы защиты информации в PR-агентстве.
2. Охарактеризуйте угрозы и обеспечение безопасности корпоративной информации.
3. На основании определения информационной безопасности предложите способы, которые помогут защитить информацию какой-либо организации (например ТулГУ).
4. Предложите проект закона, который сможет в полной мере регулировать информационную безопасность.
5. Составьте список органов, которые могут контролировать информационную безопасность.

3. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

3 семестр

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.1)

1. Раскройте специфику количественных методов в изучении СМК
2. Раскройте специфику качественных методов в изучении аудиторией СМК
3. Назовите плюсы и минусы опросных методов (личное интервью) при анализе аудиторией. Не менее 3-х. Обоснуйте свою точку зрения.
4. Раскройте специфику количественных и качественных методов в изучении аудиторией СМК в виде таблицы. Сходства и различия.
5. Перечислите способы влияния на аудиторию

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.2)

1. Предложите индикатор для переменной «Оценка степени влияния СМИ на общественное мнение».
2. Вам поручено провести социологическое исследование в форме анкетирования на тему «Восприятие визуальных и структурных компонентов медиа-бренда (например, канал «ТНТ»)». Опишите ход Ваших действий.
3. Вы проводите исследование в форме интервьюирования на тему «Состояние социальной рекламы в современном российском обществе». На какие проблемные моменты стоит обратить внимание при конструировании программы социологического исследования.
4. Разработайте операционализация понятий в структуре предмета. Предмет исследования – влияние социальных, политических, экономических факторов на процесс формирования бренда коммерческой организации.
5. Изложите и объясните логику построения инструментария для анкетирования (с чего бы Вы начали анкету, как расположили вопросы внутри анкеты и чем завершили?). Приведите примеры.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.3)

1. Предложите проект средства информации, рассчитанного на студенческую аудиторию, который может быть реализован в стенах вуза.
2. Оцените возможность создания единого Интернет-портала, объединяющего ресурсы вузов РФ (преимущества и недостатки, возможные трудности, перспективы развития).
3. Предложите технологии продвижения студенческого радио, ТВ, Интернет-сайта.
4. Оцените жанровый контент (использование аналитических, информационных и художественно-публицистических жанров журналистики) сайта организации социальной направленности.
5. Оцените возможные недочеты в структуре медиапланирования и предложите рекомендации для студенческой газеты «Импульс».

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.1)

1. Разработкой общей стратегии развития СМИ занимается:

- а) коммерческой директор;
 - б) бухгалтер;
 - в) редактор;
 - г) менеджер по подписке.
2. Медиамикс – это:
- а) информация, собранная в первый раз и дающая представление об объекте;
 - б) подборка сопроводительных материалов, распространяемых на пресс-конференции;
 - в) план использования различных средств массовой информации, эффективно дополняющих друг друга;
 - г) планирование того, что будет сообщено различным целевым аудиториям, нуждающимся в разной информации.
3. К основным характеристикам медиабренда не относится:
- а) целевая аудитория;
 - б) формат;
 - в) постоянство;
 - г) актуальность.
4. Дайте определение информационной безопасности и проанализируйте ее основные задачи.
5. Проанализируйте этап технического реформирования нашего государства. Связаны ли проблемы защиты информации с данным этапом.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.2)

1. Гран-при фестиваля отошло киноленте венгра Ласло Немеша "Сын Саула", повествующей о трагедии еврея - узника концлагеря Освенцим, обнаружившего своего сына среди убитых детей. Приз жюри конкурса достался фильму "Омар" греческого режиссера Йоргоса Лантимоса.
- Жюри 68-го Каннского кинофестиваля присудило главную награду киносмотрa – Золотую пальмовую ветвь картине "Дипан" французского режиссера Жака Одиара, в котором запечатлена жизнь и злоключения одного из участников повстанческого движения на территории Шри-Ланки — "тамилского тигра", перебравшегося в пригород Парижа.....
- Какой тип заголовка использован в журналистском тексте:
 - а) отображение события в теме;
 - б) отображение проблемы в теме;
 - в) отображение идеи в теме;
 - г) отображение личности в теме.
 - Укажите лид, используемый в отрывке журналистского текста
 - а) золотая пальмовая ветвь присуждена фильму о "тамилском тигре";
 - б) гран-при фестиваля отошло киноленте венгра Ласло Немеша "Сын Саула".....;
 - в) жюри 68-го Каннского кинофестиваля присудило главную награду киносмотрa;
 - г) лид отсутствует в тексте.
 - Прочитайте отрывок журналистского текста. Определите жанр:
 - а) интервью;
 - б) заметка;
 - в) прогноз
 - г) обзор.
 - Предложите свой вариант заголовка и лида указанного выше фрагмента журналистского текста.
 - Перепишите текст, используя жанр репортажа.
2. Приведите примеры возможных заголовков (тем) журналистского текста для описания дорожно-транспортного пришествия.

3. Предложите возможные виды лидов для следующих заголовков (тем): «Дырявая плотина валютной реки», «Серые кардиналы в российской политике», «Бегство от свободы». Содержание публикаций домыслите самостоятельно.
4. Проанализируйте данные Всероссийского Центра Изучения Общественного Мнения по развитию сети Интернет в нашей стране (<http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/13386.html>) и опишите, чем, на Ваш взгляд, обусловлены такие тенденции.
5. Каковы по Вашему мнению причины возникновения угрозы информационной безопасности, обоснуйте свой ответ.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.3)

1. Дайте сравнительную характеристику системе информационной безопасности России и развитых стран
2. Выделите основные тенденции развития информационной безопасности и, по возможности, составьте собственный прогноз будущего этой области.
3. М.С. Мацковский в статье «Особенности интерактивной анкеты» указывает на три основных требования, предъявляемые к интерактивной анкете. Во-первых, вопросы интерактивной анкеты не должны содержать двойного отрицания (например, «Не считаете ли Вы, что не следует...»). Во-вторых, вопросы не должны содержать слова «часто», «очень часто», «много», «мало», «редко», и т.п. Назовите третье требование на которое указывает Мацковский.
 - В.С.Сухарева в статье «Опросы в Интернете» выделяет факторы, которые влияют на рейтинг он-лайн опроса. Среди перечисленных ниже выделите те, которые оказывают наибольшее влияние.
 - Заинтересованность респондентов в теме опроса
 - Личность спонсора опроса
 - Размер анкеты
 - Внешний вид анкеты, ее оформление
 - Повторные контакты
 - Степень персонализации анкеты
 - Анонимность (конфиденциальность)
 - Дополнительные бонусы
4. Г.В. Шматиков в своей статье «Социологические опросы в сети Интернет» выделяет следующие направления применения онлайн-опросов:
 - Формирование имиджа личности или организации;
 - Изучение сложных социально-экономических проблем для выработки рекомендаций по их разрешению;
 - Изучение предприятий конкурентов и поставщиков, включая анализ их стратегий ценообразования, сбыта;
 - Выявление интересов, мнений, ценностных ориентаций опрашиваемых;
 - Изучение потенциальных Потребителей, не взирая на регион их проживания;
 - Определение уровня отношения респондентов к определенным событиям
 - Измерение аудитории СМИ;
 - Продвижение на рынок нового бренда
 Среди указанных направлений выделите те, в которых наиболее часто применяются онлайн-опросы.
5. А.С. Андреев в статье «Медиа-пространство по имени Интернет» рассматривает вопрос о становлении он-лайн опроса как социологического инструмента сбора данных. Какие две страны, по его мнению, оказали наибольшее влияние на развитие данного направления.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.1)

1. Назовите факторы, определяющие состав и границы аудитории
2. Преимущественно в каких исследованиях применяются опросники установок?
3. Какой из методов выявления личностных диспозиций является наиболее простым в обработке результатов?
4. Какую методику целесообразнее применять в клинико-диагностических исследованиях?
5. Перечислите наиболее применяемые виды психодиагностических методик?

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.2)

1. Прокомментируйте следующую переменную «Доверие населения к СМИ в современной России» (54 % доверяют полностью; 16 % доверяют; 12 % доверяют частично; 18 % - не доверяют). Постройте тезис, аргументы и вывод.
2. Используя эмпирические методы, предложите методику исследования по теме «Специфика воздействия различных СМИ на сознание и поведение человека».
3. Выбрать одно средство массовой информации и охарактеризовать процесс его воздействия на аудиторию. На основе его анализа составить свою модель массового коммуникационного процесса.
4. Объясните, для чего необходимо эмпирическое исследование. Расскажите о том, как его проводить.
5. Проведите сравнительный анализ коммуникативных потребностей своих сверстников и людей старшего поколения. Сделайте вывод о сходствах и различиях.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-1 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-1.3)

1. Подготовить рекламный текст «нерекламируемого товара». Товар подобрать самостоятельно. Задание выполнить в презентационной форме.
2. Разработать самостоятельно новые слоганы к рекламируемым товарам.
3. Предложить инструментарий для опроса на тему: «. Помогает ли МК на пути развития индивида до личности?». Проанализировать полученные результаты и выявить причины тех или иных предпочтений.
4. Ознакомившись с литературой, скажите, в какой сфере наиболее ярко проявляется влияние СМИ на общественное мнение? И поясните свой ответ.
5. Приведите пример ситуации влияния СМИ на общественное мнение, проанализируйте ее по различным критериям: методы, цели, причины, качество влияния, недостатки работы СМИ и т.д.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.1)

1. Комплекс мероприятий, направленных на обеспечение информационной безопасности это:
 - а) защита информации
 - б) конфиденциальность информации
 - в) контроль за информацией
2. Выберите из приведенного списка основные составляющие информационной безопасности.
 - а) доступность
 - б) открытость

- в) целостность
 - г) конфиденциальность
 - д) полнота
3. По какому критерию невозможно классифицировать информационные угрозы :
- а) по аспекту информационной безопасности
 - б) по компонентам информационных систем, на которые угрозы нацелены
 - в) по способу осуществления
 - г) по доступности информационного объекта
 - д) по расположению источника угрозы
4. Защищенность информации и поддерживающей инфраструктуры от случайных или преднамеренных воздействий естественного или искусственного характера, которые могут нанести неприемлемый ущерб субъектам информационных отношений, в том числе владельцам и пользователям информации и поддерживающей инфраструктуры называют:
- а) Информационную безопасность
 - б) Информационную угрозу
 - в) Антивирус
 - г) Компьютерная безопасность
5. Выберите принципы построения системы защиты информации :
- а) Принцип системности
 - б) Принцип компетентности
 - в) Принцип непрерывной защиты
 - г) Принцип разумной достаточности.
 - д) Принцип гибкости управления и применения.
 - е) Принцип открытости алгоритмов и механизмов защиты.
 - ж) Принцип простоты применения защитных мер и средств.
 - з) Все варианты верны

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.2)

1. Проанализируйте данные Всероссийского Центра Изучения общественного Мнения по развитию сети Интернет в нашей стране (<http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/13386.html>) и опишите, чем, на Ваш взгляд, обусловлены такие тенденции.
2. Каковы по Вашему мнению причины возникновения угрозы информационной безопасности, обоснуйте свой ответ.
3. Дайте сравнительную характеристику системе информационной безопасности в России по сравнению со странами ЕС.
4. Рассмотрите последние тенденции по обеспечению информационной безопасности в России, выявите и проанализируйте их положительные и отрицательные стороны.
5. Обозначьте основные направления работы управления «К» (управление по борьбе с киберпреступностью) и проведите обобщенный эффективности анализ деятельности управления

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-2.3)

1. Проанализируйте возможные источники угроз для информационной безопасности России.
2. Выделите основные тенденции развития информационной безопасности и, по возможности, составьте собственный прогноз будущего этой области.
3. М.С. Мацковский в статье «Особенности интерактивной анкеты» указывает на три основных требования, предъявляемые к интерактивной анкете. Во-первых, вопросы интерактивной анкеты не должны содержать двойного отрицания (например, «Не считаете ли

Вы, что не следует...»). Во-вторых, вопросы не должны содержать слова «часто», «очень часто», «много», «мало», «редко», и т.п. Назовите третье требование на которое указывает Мацковский.

- В.С.Сухарева в статье «Опросы в Интернете» выделяет факторы, которые влияют на рейтинг он-лайн опроса. Среди перечисленных ниже выделите те, которые оказывают наибольшее влияние.
- Заинтересованность респондентов в теме опроса
- Личность спонсора опроса
- Размер анкеты
- Внешний вид анкеты, ее оформление
- Повторные контакты
- Степень персонализации анкеты
- Анонимность (конфиденциальность)
- Дополнительные бонусы

4. А.С. Андреев в статье «Медиа-пространство по имени Интернет» рассматривает вопрос о становлении он-лайн опроса как социологического инструмента сбора данных. Какие две страны, по его мнению, оказали наибольшее влияние на развитие данного направления.

5. Как указывает В.С. Барсуков в статье «Новая информационная технология» при разработке вопросов для интерактивной анкеты нужно исходить из потребности в информации и возможностей опрашиваемых дать правильный ответ. Если исследователя интересует только согласие или несогласие, то достаточен вопрос вида «да–нет». Какие вопросы надо использовать, если необходимо сделать заключение о мнениях опрашиваемых?