

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета психологии

 Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

**Фонд оценочных средств по дисциплине**

**Технологии управления общественным мнением**

по направлению подготовки/специальности

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки:

**«Работа с социальными медиа»**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Бакалавр**

Год приема

**2023**

Томск – 2023

**Фонд оценочных средств (ФОС)** является элементом системы оценивания сформированности компетенций у обучающихся в целом или на определенном этапе ее формирования.

ФОС разрабатывается в соответствии с рабочей программой (РП) дисциплины «Технологии управления общественным мнением», включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по настоящей дисциплине.

### 1. Паспорт оценочных средств

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Работа с социальными медиа»

Семестр (семестры) изучения: 5 семестр

Форма (формы) текущего контроля: коллоквиум, решение кейсов, защита итоговой работы – коммуникационного проекта.

Форма проведения промежуточной аттестации: зачёт

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по пятибалльной системе.

### 2. Компетенции, закрепленные за дисциплиной и результаты обучения

| Наименование категории (групп) компетенций                  | Компетенция  | Индикатор компетенции  | Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)  |
|---|--|--|--|
| Универсальная компетенция. Системное и критическое мышление | УК-2 – Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. | ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. | ОР- ИУК 2.2.1 Демонстрирует концептуальное видение базисного субъекта при проектировании решения конкретной задачи коммуникационного проекта, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. |

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| Профессиональная компетенция. Тип задач профессиональной деятельности – технологический | ПК-2 – Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента. | ИПК-2.4. Использует коммуникативные технологии для управления общественным мнением. | РО-ИПК-2.4.1. Умеет делать анализ статической и динамической структуры общественного мнения с указанием стратегии управления им с помощью коммуникативных технологий.<br>РО-ИПК-2.4.2. Умеет разрабатывать коммуникационные проекты для управления общественным мнением, основываясь на особенностях различных аудиторий в своей профессиональной деятельности. |
|---|---|---|---|

### 3. Критерии оценивания результатов обучения

В качестве уровней сформированности компетенций обучающихся в результате освоения дисциплины выделяются следующие:

1. Допороговый уровень (далее – неудовлетворительно).
2. Пороговый уровень (далее - удовлетворительно)
3. Базовый уровень (далее – хорошо)
4. Продвинутый уровень (далее – отлично)

| Индикатор компетенции  | Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)  | Критерии оценивания результатов обучения |                              |  |  |
|--|--|--|------------------------------|--|--|
|  |  | Неудовлетворительно                      | Удовлетворительно            | Хорошо   | Отлично  |
| ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, | ОР- ИУК 2.2.1 Демонстрирует концептуальное видение базисного субъекта при проектировании решения конкретной задачи коммуникационного проекта, исходя из действующих правовых | Отсутствие знания, умения                | Идентификация знания, умения | В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация | Успешная и систематическая демонстрация знания и |

|  |   |                           |                              |  |   |
|--|---|---------------------------|------------------------------|--|---|
| исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.                | норм, имеющихся ресурсов и ограничений.   |                           |                              | ация знания и умений   | умений  |
| ИПК-2.4.<br>Использует коммуникативные технологии для управления общественным мнением. | РО-ИПК-2.4.1.<br>Умеет делать анализ статической и динамической структуры общественного мнения с указанием стратегии управления им с помощью коммуникативных технологий.<br>РО-ИПК-2.4.2.<br>Умеет разрабатывать коммуникационные проекты для управления общественным мнением, основываясь на особенностях различных аудиторий в своей профессиональной деятельности. | Отсутствие знания, умения | Идентификация знания, умения | В целом успешная, но сопровождаемая отдельными ошибками демонстрация знания и умений | Успешная и систематическая демонстрация знания и умений |

#### 4. Оценочные средства для проведения текущего контроля

Текущий контроль проводится регулярно на лекционных и практических занятиях с целью получения оперативной информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций.

| № | Контролируемые разделы дисциплины  | Код и наименование результатов обучения   | Наименование оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.) |
|---|--|---|---|
| 1 | Сущность, структура общественного мнения, условия и механизм его проявления офлайн и онлайн. | ОР- ИУК 2.2.1<br>Демонстрирует концептуальное видение базисного субъекта при проектировании решения конкретной задачи коммуникационного проекта, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. | Аналитическое эссе<br>Формат – доклад с презентацией.                   |
| 2 | Анализ технологий управления общественным мнением.   | РО-ИПК-2.4.1.<br>Умеет делать анализ статической и динамической структуры общественного мнения с указанием стратегии управления   | Коллоквиум с анализом кейсов.   |

|    |  |  |   |
|----|--|--|---|
|    |  | им с помощью коммуникативных технологий.   |   |
| 3. | Управление общественным мнением: анализ коммуникационных проектов. | РО-ИПК-2.4.2.<br>Умеет разрабатывать коммуникационные проекты для управления общественным мнением, основываясь на особенностях различных аудиторий в своей профессиональной деятельности.  | Презентация концепции коммуникационного проекта по управлению общественным мнением.   |
| 4. | Итоговая аттестация  | ОР- ИУК 2.2.1<br>Демонстрирует концептуальное видение базисного субъекта при проектировании решения конкретной задачи коммуникационного проекта, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.<br>РО-ИПК-2.4.1.<br>Умеет делать анализ статической и динамической структуры общественного мнения с указанием стратегии управления им с помощью коммуникативных технологий.<br>РО-ИПК-2.4.2.<br>Умеет разрабатывать коммуникационные проекты для управления общественным мнением, основываясь на особенностях различных аудиторий в своей профессиональной деятельности. | В устной форме в два этапа: в виде защиты итогового коммуникационного проекта и устного собеседования по вопросам.<br>Формат:<br>1) презентация с пояснительным текстовым документом (обязательное размещение в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle»)<br>2) собеседование по вопросам. |

#### 4.1 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: коллоквиум, анализ кейса, концепция проекта.

##### 4.1.1 Типовые вопросы для коллоквиума.

1. Анализ использования традиционных технологий управления общественным мнением: медиарилейшнз, имиджевые технологии, технологии работы с текстом и др.
2. Анализ использования технологий для управления имиджем социального субъекта в сети Интернет: блогинг, специальные мероприятия и др.
3. Технологии взаимодействия: коворкинг, краудсорсинг, краудфандинг, краудинвестинг, краудлендинг
4. Технологии социальных манипуляций общественным мнением.
5. Технологии гибридного формата (он- и офлайн) в управлении общественным мнением.
6. Технологии массовой коммуникации: пропаганда, агитация и др. в управлении

общественным мнением.

7. Технологии социальных медиа в управлении общественным мнением.

#### *4.1.2 Типовые темы докладов для освоения теоретических знаний*

1. Общественное мнение как объект исследовательского интереса социогуманитарных наук: сущность, функции, характеристика.

2. Социальная структура общества и общественное мнение как социальный институт.

3. Статическая и динамическая структура общественного мнения с указанием стратегии управления им с позиций заинтересованных субъектов коммуникации.

4. Методология изучения общественного мнения: классические и современные подходы и методы.

5. Авторские концепты общественного мнения (У.Липпман, Ю. Хабермас, П. Бурдьё, Ж. Бодрийяр и др.).

6. Особенности проявления общественного мнения офлайн и онлайн в условиях цифрового сетевого общества.

7. Европейская традиция изучения общественного мнения как социального феномена.

8. Американская традиция изучения общественного мнения как социального феномена.

9. Российская традиция изучения общественного мнения как социального феномена.

10. Общественное мнение и бизнес-коммуникации.

11. Роль общественного мнения в политической жизни.

#### *4.1.3 Типовые кейс-задания:*

1. Отобрать и составить обзор аналитических кейсов (не менее трёх) – конкретные случаи в реальной обстановке - по использованию технологий работы с общественным мнением различных социальных субъектов (институциональных или индивидуальных).

В каждом кейсе отражаются следующие вопросы:

- Контекст, в рамках которого наблюдается общественное мнение.
- Объект ОМ, субъект (носитель) ОМ, выразители ОМ (при отсутствии совпадения)
- Статическая модель ОМ
- Динамическая модель ОМ
- Технологии, использованные на фазе становления ОМ (при наличии).
- Технологии, использованные на фазе функционирования ОМ (при наличии).
- Технологии, использованные на фазе убывания ОМ (при наличии).

Для выполнения кейс-задания обучающиеся изучают электронные ресурсы для выявления и анализа различных технологий, используемых в реальных кейсах коммуникационных проектов, направленных на сетевые сообщества: «Лайкни» (<http://www.likeni.ru>), «Rusability» (<http://rusability.ru>), «Socialair» (<http://socialair.ru>), Cossa.ru (<http://www.cossa.ru>) и др...

Обязательными для изучения и использования являются материалы, размещенные на официальных интернет-порталах социологических организаций: Акционерное общество "Всероссийский центр изучения общественного мнения" (ВЦИОМ) <https://wciom.ru>, АНО

## 5. Критерии оценивания результатов текущей аттестации

| Виды текущего контроля   | Допороговый уровень                | Пороговый уровень                  | Базовый уровень         | Продвинутый уровень      |
|--|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------|--------------------------|
| <b>Контактная работа:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Коллоквиум по теме</li><li>• Анализ кейсов</li><li>• Выступление с сообщением по теме.</li></ul> | 0-2,9 баллов (неудовлетворительно) | 3,0-3,5 баллов (удовлетворительно) | 4,0-4,5 баллов (хорошо) | 4,6-5,0 баллов (отлично) |
| <b>Задание для самостоятельной работы:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Анализ кейсов</li></ul>   | 0-2,9 баллов (неудовлетворительно) | 3,0-3,5 баллов (удовлетворительно) | 4,0-4,5 баллов (хорошо) | 4,6-5,0 баллов (отлично) |

5.1 Критерии оценивания работы на коллоквиуме, анализа кейсов, разработки проекта, создания презентации на основе критического анализа литературы или иных источников информации:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

## 6. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

### 6.1 Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация – **зачёт** – проводится в пятом семестре в устной форме в два этапа: в виде защиты итогового коммуникационного проекта и устного собеседования по вопросам.

Формат:

1) презентация с пояснительным текстовым документом (обязательное размещение в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle»)

2) собеседование по вопросам.

Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку. Все домашние задания должны быть представлены в формате презентации с пояснительным текстовым документом и размещены в соответствующие папки с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle». Набранные баллы (за семестр) суммируются и выводится средняя арифметическая. Студенты, получившие средний балл менее 3,0, при сдаче экзамена получают дополнительные вопрос и практическое задание.

## **6.2 Типовые экзаменационные задания/кейсы/вопросы.**

### **6.2.1. Требования к итоговой работе/кейсу:**

Итоговая работа выполняется по этапам, все пункты являются обязательными к исполнению. Итоговая работа должна быть представлена в формате презентации с пояснительным текстовым документом и размещена в соответствующую папку с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle».

Задание для выполнения итоговой работы по дисциплине:

Студенты объединяются в команды (3-7 человек), для совместной работы над концепцией коммуникационного проекта управления общественным мнением:

- выбор социальной сферы оценивания и объекта общественного мнения (факт, событие, процесс)
- определение возможных базисных субъектов PR или рекламы, для которых важно формирующееся общественное мнение, а также выразителей общественного мнения.
- описание статической и динамической структуры общественного мнения
- разработка концепции коммуникационного проекта управления общественным мнением: выделение цели проекта (ожидаемый результат деятельности, выраженный в позитивных коммуникационных изменениях, появившихся благодаря реализации проекта); выстраивание задач проекта (действия по достижению промежуточных результатов, направленных на достижение цели) – выбор технологического инструментария, разработка креативной концепции, формирование бюджета проекта (при необходимости); механизма реализации с использованием информационно-коммуникативных технологий; обоснование критериев оценки эффективности реализации проекта (признаки, на основании которых производится оценка эффективности реализации проекта), диагностический инструментарий (средства оценивания результатов реализации проекта);
- разработка электронной презентации концепции проекта;
- публичная защита концепции проекта

Вопросы к зачёту:

1. Общественное мнение как социальное явление и продукт коммуникации (на основе анализа научной литературы: Н. Луман, Ж. Бодрийяр и др.).
2. Ю. Хабермас об общественности и общественном мнении.
3. Объект, субъект, содержание, носитель, выразитель общественного мнения в реальном социальном пространстве (на основе работ Б.А.Грушина и др.).
4. Объект, субъект, содержание, носитель, выразитель общественного мнения в условиях «виртуального» / «он-лайнного» общества
5. Интернет-общественность (блогеры, сетевые сообщества и группы, т.п.) и её специфические характеристики.
6. Интернет-ресурсы: социальные сети, блоги, твиттер, видео каналы и др. и их роль в управлении общественным мнением.
7. Установки и стереотипы массового сознания: аттитюд, архетип, миф, символ (У.Липпман и др.).
8. Толпа как субъект общественного сознания и действия (на основе работ Г.Тарда, Г.Лебона и др.).
9. Э. Ноэль-Нойман “Общественное мнение: открытие спирали молчания”.
10. Слухи и общественное мнение. Типология слухов.
11. Телевидение и его влияние на массовое сознание и общественное мнение (с опорой на работу П.Бурдьё «О телевидении и журналистике»).
12. Константные и динамичные компоненты общественного мнения.
13. Социальные факторы и механизмы формирования общественного мнения.

14. Закономерности, динамика и сферы функционирования общественного мнения.
15. Функции общественного мнения (экспрессивная, консультативная, директивная, регулятивно-контролирующая, легитимирующая).
16. Астротурфинг как технология управления искусственным общественным мнением.
17. Общественное мнение как институт гражданского общества.
18. Интернет-технологии управления общественным мнением (на основе идей И.Ашманова).
19. Использование event-технологии в управлении общественным мнением.
20. Индикаторы общественного мнения: направленность, интеграция, интенсивность.
21. Референдум и специализированный опрос как методы изучения общественного мнения.
22. Методы сбора, анализа, обработки и интерпретации данных в изучении общественного мнения.
23. Пропаганда и её роль в управлении общественным мнением.
24. Просветительство и его роль в управлении общественным мнением (на примере просветительских проектов или книг (А.Казанцева «В интернете всегда кто-то не прав», и др.)).
25. Технологии социальных манипуляций с опорой на очерк С.Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием», книгу Р.Чалдини «Психология влияния».
26. Политические партии и общественное мнение в политической сфере (Хвостов В.М. «Общественное мнение и политические партии» и др.).
27. Использование механизмов восприятия в процессе управления массовым сознанием и поведением (Рашкофф Д. «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание» и др.)
28. Методы противодействия социальным манипуляциям.
29. Российские и международные центры изучения общественного мнения.
30. Функции общественного мнения в периоды социальных кризисов. Роль Интернета в управлении общественным мнением в кризисный период.
31. Проблема определения понятия «общественное мнение» и степени его достоверности.
32. Технологии формирования и управления имиджем социального субъекта в Сети.
33. Общественное мнение: функции и роль в обеспечении внутренней и внешней коммуникации (на примере Томского государственного университета и блога ректора Э.В.Галажинского).
34. Изучение общественного мнения как цель социального управления и как средство создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (на основе трудов Э.Бернейса и др.)
35. Концепции конструирования социальной реальности и общественное мнение (на основе анализа научной литературы: Н. Луман, Ж. Бодрийяр и др.).
36. Отечественные исследователи об общественном мнении (на основе работ Б.А.Грушина, Б.З.Докторова и др.)

### 6.3 Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации

| Вид промежуточной аттестации | Допороговый уровень | Пороговый уровень | Базовый уровень | Продвинутый уровень |
|------------------------------|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------|
|------------------------------|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------|

|                                       |                                  |                             |                  |                   |
|---------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------|
| Устная защита итоговой работы/проекта | Неудовлетворительно / не зачтено | Удовлетворительно / зачтено | Хорошо / зачтено | Отлично / зачтено |
| Ответы на вопросы к зачёту            | Неудовлетворительно / не зачтено | Удовлетворительно / зачтено | Хорошо / зачтено | Отлично / зачтено |

#### **6.4 Критерии оценки** защиты итоговой работы и ответов на вопросы.

Результаты устной защиты итоговой работы определяются оценками «зачтено», «не зачтено».

Критерии выставления оценки: оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, который усвоил программный материал, не допускает существенных ошибок, умеет аргументировать собственный ответ, делает собственные выводы. Коммуникационный проект разработан полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала соотносится с основным содержанием и позитивно влияет на восприятие информации. В работе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения. Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Коммуникационный проект разработан очень поверхностно, нет аналитических выводов, собственных аргументов и рекомендаций. Отсутствует визуализация материала. В работе полностью отсутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Результаты зачёта определяются оценками «зачтено», «не зачтено».

Критерии выставления оценки на основе сдачи зачета по вопросам: оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

ФОС составил(и):

Окушова Г.А., к. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

ФОС одобрен на заседании УМК

Протокол от 20.06.2023