

**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ»**

Кафедра социально-культурных технологий

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

51.03.03 «Социально-культурная деятельность»

«Ивент-менеджмент»

Санкт-Петербург

1. Общие положения

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине используется в целях нормирования процедуры оценивания качества подготовки и осуществляет установление соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения и требованиям образовательной программы дисциплины. Предметом оценивания являются знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций у обучающихся. Процедуры оценивания применяются в процессе обучения на каждом этапе формирования компетенций посредством определения для отдельных составных частей дисциплины методов контроля – оценочных средств. Основным механизмом оценки качества подготовки и формой контроля учебной работы студентов являются текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.

1.1. Цель и задачи текущего контроля студентов по дисциплине

Цель текущего контроля – систематическая проверка степени освоения программы дисциплины уровня достижения планируемых результатов обучения - знаний, умений, навыков, в ходе ее изучения при проведении занятий, предусмотренных учебным планом. Задачи текущего контроля:

1. обнаружение и устранение пробелов в освоении учебной дисциплины;
2. своевременное выполнение корректирующих действий по содержанию и организации процесса обучения;
3. определение индивидуального учебного рейтинга студентов;
4. подготовка к промежуточной аттестации.

В течение семестра при изучении дисциплины реализуется традиционная система поэтапного оценивания уровня освоения. За каждый вид учебных действий студенты получают оценку.

1.2. Цель и задачи промежуточной аттестации студентов по дисциплине.

Цель промежуточной аттестации – проверка степени усвоения студентами учебного материала, уровня достижения планируемых результатов обучения и сформированности компетенций на момент завершения изучения дисциплины. Промежуточная аттестация проходит в форме экзамена.

Задачи промежуточной аттестации:

1. определение уровня освоения учебной дисциплины;
2. определение уровня достижения планируемых результатов обучения и сформированности компетенций;
3. соотнесение планируемых результатов обучения с планируемыми результатами освоения образовательной программы в рамках изученной дисциплины.

2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№	Контролируемые темы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Основы теории социальной коммуникации	УК-4	Контрольная работа, тесты
2	Эволюция социальных коммуникаций	УК-4	Сообщения, доклады, дискуссия, тесты
3	Межличностные коммуникации	УК-4	Сообщения, доклады, устный опрос
4	Социально-групповые коммуникации	УК-4	Сообщения, доклады, устный опрос
5	Массовые коммуникации	УК-4	Сообщения, доклады, дискуссия,
6	Межцивилизационные коммуникации	УК-4	Сообщения, доклады
7	Электронные коммуникации	УК-4	Сообщения, доклады, дискуссия
8	Художественные коммуникации	УК-4	Сообщения, доклады, практическое задание

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания.

Коммуникационный кейс

Цель: освоение методологии социально-коммуникационного подхода (СКП) к познанию различных явлений культуры; освоение методов коммуникационного анализа текстов культуры.

Задание. Составить социокультурный портрет праздника как феномена СК на основе совокупности базовых категорий СКП, адаптированных применительно к специфике предметной области «праздничная

коммуникация». Выбор конкретного праздника (сюжет) студент осуществляет самостоятельно.

Комментарий. Для выполнения задания студент использует представленную ниже типовую *коммуникационную модель* праздничного действия (праздничной СК) любой исторической эпохи, региона и “национальности”, разработанную на основе системы базовых категорий СКП и имеющую *следующую структуру*:

1. **Социальное время I:** эпоха, историко-хронологические границы
2. **Социальное пространство I:** национально-региональные границы.
3. **Социальные институты** – сферы коммуникационной деятельности (религия, наука, образование, искусство, спорт, профессиональная сфера, др.).
4. **Событие:** явление, действие, вокруг которого концентрируются все составляющие праздника, центральный культурообразующий элемент.
5. **Социальное время II:** календарное праздничное время, праздничный календарь, конкретная дата.
6. **Наименование праздника.**
7. **Идея;** ценностные ориентации: идейная основа формирования праздничной общности, концентрированное выражение коммуникационных потребностей; знания, эмоции, волевые импульсы, движущая сила праздничного действия.
8. **Субъекты праздничной коммуникации:** коммуниканты и реципиенты – инициаторы (социальные заказчики), организаторы, участники, аудитория (национальные общности, массовые общности, социальные группы, индивид).
9. **Уровни коммуникационного взаимодействия:** международный, межнациональный, массовый, межличностный, внутриличностный (праздник души).
10. **Социальное пространство II:** праздничное пространство, конкретные территориальные границы (природный ландшафт, город, открытая площадка, помещение, увеселительные заведения, домашняя обстановка, др.).
11. **Социальные нормы:** традиции, обычаи, модные модели, естественно сложившиеся или регулируемые властью (семиотика поведения).
12. **Организационные формы:** массовые зрелища, демонстрации, митинги, собрания, гулянья, балаганы, фестивали, балы, маскарады, театральные инсценировки, др.
13. **Коммуникационные каналы,** средства, методы, знаки: вербальные, невербальные; атрибуты-символы.
14. **Игра:** игра-маскарад (манипулирование, управление, сокрытие подлинных намерений); игра-разгадка (познание, разоблачение, пародия, карикатура); игра-состяжание (превосходство, победа, самоутверждение, азарт).
15. **Художественное оформление:** все виды искусств, язык художественных коммуникаций.

16. **Социальный эффект I:** отбор жизнеспособных новаций, смена или укрепление традиций, создание новых культурных образцов, ценностных ориентаций, норм поведения.

17. **Социальный эффект II:** освоение праздничных явлений наукой, образованием, искусством (искусство праздника и праздник в искусстве).

Студент использует представленную выше типовую модель праздничной коммуникации в качестве структурной основы (план), наполняя ее конкретным содержанием в соответствии с избранным сюжетом.

Информационная часть Тексты гуманитарной литературы: исторические, культурологические, литературно-художественные; лекционный материал, учебный пособия и лекции по курсу «Социальная коммуникация». Отбор и анализ материала студент осуществляет самостоятельно.

Процедура оценивания: работа студента оценивается, исходя из степени его активности как участника дискуссии. Учитываются постановка вопросов, высказывание собственного мнения, аргументированность отстаивания своей позиции.

Перечень дискуссионных тем для круглого стола (дискуссии, полемики, диспута, дебатов)

Круглый стол «Социально-групповые коммуникации как феномен культуры: сюжеты и портреты»

Вопросы для обсуждения:

1. Социальная группа как субъект СК и коммуникационная система.
2. Типология социальных групп: этнические общности, религиозные, социально-политические и социально-культурные движения; профессиональные сообщества и досуговые объединения; деловые сообщества и сообщества государственно-политических деятелей (номенклатура); научные сообщества и художественные объединения.
3. Социально-групповые коммуникации: понятие, структура, типобразующие признаки (институциональный и профессиональный статус, сферы функционирования, духовные потребности и ценностные ориентации), организационные формы: (объединения, движения, кружки, салоны, секты и др.).
4. Социальные группы и массовые общности в системе СК : эффекты взаимодействия.
5. Социальная группа и личность в системе СК.
6. Элитарные сообщества как субъекты СК
7. Этика и эстетика социально-групповых коммуникаций: этикетные нормы, ритуал и игра, художественное оформление «Социально-групповые коммуникации и субкультуры»

Процедура оценивания: работа студента оценивается, исходя из степени его активности как участника дискуссии. Учитываются постановка вопросов, высказывание собственного мнения, аргументированность отстаивания своей позиции.

3. Тестовые материалы

Важными в методическом плане на семинарских занятиях и в самостоятельной работе являются проводимые преподавателем контрольные срезы оценки знаний с использованием тестовых заданий, которые позволяют сделать выводы об эффективности занятий с учащимися, что в итоге повышает интерес к овладению знаниями.

Решение тестовых заданий является важным методическим приемом для закрепления и осмысления, полученных бакалаврами знаний по изучаемому предмету.

ПАСПОРТ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

1. Общее количество тестовых заданий в базе - 50
2. Ограничение времени выполнения одного теста (в мин) – 3 мин
3. Автоматическое перемешивание вопросов в тесте: - да (нет)
4. Случайный порядок ответов в тестовом задании: - да (нет)
5. Критерии оценки результатов тестирования:
 - Неудовлетворительно – 0 – 55% правильных ответов
 - Удовлетворительно - 55 – 75% правильных ответов
 - Хорошо – 75 - 90% правильных ответов
 - Отлично – 90% и более правильных ответов

Примеры тестовых заданий для текущего контроля

1. Массовая общность это:

- 1) социальная группа
- 2) клубы по интересам
- 3) виртуальное сообщество
- 4) случайная общность, не обладающая постоянными характеристиками

2. Личность является субъектом:

- 1) межличностных СК
- 2) социально-групповых СК
- 3) внутриличностных СК
- 4) всех перечисленных выше

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине (экзамен)

1. Коммуникация (этимология, традиционные трактовки, смысловые варианты, сферы употребления)
2. Социальная коммуникация как объект реального мира: сущность, истоки, функции
3. Коммуникационные процессы: элементарная схема, типология
4. Информация и коммуникация в социальном пространстве и времени: сущность и соотношение понятий
5. Социальная коммуникация и социальная информация как общенаучные категория: концепции, типология
6. Система социально-коммуникационных наук: общая характеристика
7. Социальная коммуникация как движение смыслов в социальном пространстве и времени: концепция метатеории социальной коммуникации (А.В. Соколов)
8. Социальная коммуникация и общение: сущность и соотношение понятий
9. Культура и социальная коммуникация: сущность и соотношение понятий.
10. Информационно-коммуникационный подход в системе гуманитарного знания: общая характеристика
11. Культура как социально-коммуникационная система: коммуникационная модель культуры.
12. Смыслы культуры, коммуникационные сообщения, тексты культуры: сущность и соотношение понятий
13. Категории «социальное время» и «социальное пространство» в контексте общей теории социальной коммуникации
14. Субъекты коммуникации: понятие, типология.
15. Коммуникационные культуры: понятие уровни
16. Коммуникационные потребности: понятие, типология,
17. Коммуникационная деятельность: понятие, формы (диалог, управление, подражание) и их взаимодействие
18. Игра как коммуникационная деятельности: понятие, типология
19. Социальная/культурная память: сущность и соотношение понятий, структура социальной памяти
20. Естественный язык как основа социальной коммуникации: социокультурные функции
21. Знак и символ в пространстве социальных коммуникаций: понятие, типология, специфика функционирования
22. Невербальные средства социальной коммуникации
23. Коммуникационные каналы: понятие, многоаспектная классификация
24. Каналы устной коммуникации: общая характеристика
25. Социальные документы: понятие, типология
26. Каналы документальной коммуникации: понятие, специфика, функционирования
27. Каналы электронной коммуникации: понятие, этапы становления, специфика функционирования

28. Коммуникационные барьеры: понятие, типология
29. Исторические типы общественных коммуникационных систем
30. Внутрличностная и межличностная коммуникации: сущность и взаимоотношение понятий, специфика функционирования
31. Личность в пространстве социальных коммуникаций: коммуникационная культура личности
32. Язык жестов в межличностных коммуникациях
33. Духовные сообщества как субъекты социально-групповых коммуникаций
34. Социально-групповые коммуникации: понятие, типология
35. Языки социально-групповых коммуникаций: терминологические системы, территориальные и социальные диалекты, жаргон, др.
36. Массовая общность: понятие, специфика формирования и функционирования
37. Массовая коммуникация: понятие, структура, каналы, функции
38. Устные массовые коммуникации (фольклор, слухи)
39. Документальные каналы массовых коммуникаций: понятие, истоки, типология, этапы эволюции
40. Социальные институты массовых коммуникаций
41. Аудиовизуальные каналы массовых коммуникаций: понятие, истоки, типология, этапы эволюции
42. Электронные каналы массовых коммуникаций: этапы становления, специфика функционирования
43. Коммуникационные барьеры и социальные эффекты массовых коммуникаций
44. Интернет в системе массовых коммуникаций: этапы становления, специфика функционирования.
45. Мода как феномен массовых коммуникаций
46. Межцивилизационная коммуникация: понятие, структура, типология, коммуникационные барьеры
47. Информационное общество – новый тип цивилизации: концепции, прогнозы развития.
48. Художественные коммуникации: понятие, структура, типология, специфика функционирования.
49. Игра в пространстве художественных коммуникаций
50. Искусство в интерактивном пространстве культуры: электронные художественные коммуникации