

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 13.08.2025 09:42:43  
Уникальный идентификатор:  
04c19ed8afb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Основы теории коммуникации» по направлению подготовки (специальности) 45.05.01 «Перевод и переводоведение» направленности (профилю) Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------	------------------------	---------------

**Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)**

**ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ**

Направление подготовки (специальность)

45.05.01 Перевод и переводоведение

Направленность (профиль)

Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений

Присваиваемая квалификация (степень)

Лингвист-переводчик

Форма обучения  
очная

Челябинск 2025 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Основы теории коммуникации» по направлению подготовки (специальности) 45.05.01 «Перевод и переводоведение» направленности (профилю) Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень формируемых компетенций
  - 2.1. Компетенции, закрепленные за дисциплиной
3. Содержание оценочных средств по дисциплине
  - 3.1. Виды оценочных средств
  - 3.2. Содержание оценочных средств
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации
  - 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации
  - 4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств
  - 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Основы теории коммуникации» по направлению подготовки (специальности) 45.05.01 «Перевод и переводоведение» направленности (профилю) Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки 45.05.01 Перевод и переводоведение

Направленность (профиль) Лингвистическое обеспечение  
межгосударственных отношений

Дисциплина: Основы теории коммуникации

Семестр изучения: 4

Форма промежуточной аттестации: зачет

Для оценивания результатов обучения по дисциплине используется балльно-рейтинговая система. На основании Методических рекомендаций по использованию балльно-рейтинговой системы оценки результатов обучения студентов в образовательном процессе для Специальности 45.05.01 Перевод и переводоведение, направленность (профиль) «Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений», оценка учебных достижений студента по дисциплине может складываться из суммы набранных баллов / оценок за посещаемость, текущий контроль, промежуточную аттестацию, бонусный балл.



## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

### 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Основы теории коммуникации» направлено на формирование следующих компетенций:

Таблица 1

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3	4
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Обладает знаниями особенностей и правил личной и профессиональной устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном языке.	Для достижения УК-4.1 <b>Знать</b> правила и принципы личной и профессиональной устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном языке; <b>уметь</b> вести личную и профессиональную устную и письменную коммуникацию с учетом особенностей основ теории коммуникации; <b>владеть</b> навыками общения на иностранном языке в зависимости от цели и условий коммуникации.
		УК-4.2 Демонстрирует умение применять современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия в ситуации устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном языке.	Для достижения УК-4.2 <b>Знать</b> основные понятия и термины, связанные с современными коммуникативными технологиями; <b>уметь</b> применять современные коммуникативные технологии в зависимости от целей и форм академического и профессионального взаимодействия, аргументированно и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях;



			<p><b>владеть</b> навыком представлять свою точку зрения при академическом и профессиональном взаимодействии в ситуации устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном языке. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат.</p>
		<p>УК-4.3 Имеет навыки академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.</p>	<p>Для достижения УК-4.3 <b>Знать</b> коммуникативные приемы и тактики академического и профессионального взаимодействия; <b>уметь</b> пользоваться понятийным аппаратом, связанным с теорией и практикой академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке; <b>владеть</b> навыками применения современных коммуникативных технологий в зависимости от целей и форм академического и профессионального общения.</p>



### 3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 3.1. Виды оценочных средств

Таблица 2

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/ № задания
1	УК-4 Для достижения УК-4.1 <b>Знать</b> правила и принципы личной и профессиональной устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном языке; <b>уметь</b> вести личную и профессиональную устную и письменную коммуникацию с учетом особенностей основ теории коммуникации; <b>владеть</b> навыками общения на иностранном языке в зависимости от цели и условий коммуникации. Для достижения УК-4.2 Знать основные понятия и термины, связанные с современными коммуникативными технологиями; уметь применять современные коммуникативные технологии в зависимости от целей и форм академического и профессионального взаимодействия, аргументированно и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях; владеть навыком представлять свою точку зрения при академическом и профессиональном взаимодействии в ситуации устной и письменной	Раздел 1. Коммуникация и общество: определение коммуникации и её компоненты. Структура коммуникативного акта. Коммуникация как фактор общества и объект исследования.	Опрос	Блок 1 Тест Вопрос 1-5  Блок 2 Опрос Тема 1-2  Блок 1 Тест Вопрос 12-13  Блок 2 Опрос Тема 1-2
		Раздел 1. Коммуникация и общество: современные концепции исследования коммуникации как социального явления: бихевиоризм, символический интеракционизм, этнометодология, теория межкультурного содержания коммуникации; коммуникативные дискурсы: каналы, формы и средства; коммуникативные стереотипы: каналы, формы и средства	Учебная задача (реферат)	
		Раздел 2. Виды коммуникации: вербальная, невербальная, межличностная, перформансная, мифологическая, художественная, деловая, имиджевая и др. коммуникации; массовая коммуникация и ее формы, каналы и средства; межкультурная коммуникация и ее особенности; реклама и PR как коммуникативные технология.	Опрос	Блок 1 Тест Вопрос 6 -11  Блок 2 Опрос Тема 3-13
		Раздел 2. Виды коммуникации: межкультурная и международная коммуникации.	Учебная задача (реферат)	
		Раздел 2. Виды коммуникации: каналы, формы и средства деловой, рекламной, вербальной, невербальной, массовой, межличностной, имиджевой коммуникаций.	Опрос	Блок 1 Тест Вопрос 14-15  Блок 2 Опрос 3-12



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Основы теории коммуникации» по направлению подготовки (специальности) 45.05.01 «Перевод и переводоведение» направленности (профилю) Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

коммуникации, в том числе на иностранном языке. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат. Для достижения УК-4.3 <b>Знать</b> коммуникативные приемы и тактики академического и профессионального взаимодействия; <b>уметь</b> пользоваться понятийным аппаратом, связанным с теорией и практикой академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке; <b>владеть</b> навыками применения современных коммуникативных технологий в зависимости от целей и форм академического и профессионального общения.	Раздел 2. Виды коммуникации: особенности межкультурной и международной коммуникации: каналы, формы, средства  Виды коммуникации: особенности межкультурной и международной коммуникации: каналы, формы, средства	Учебная задача (реферат)	
	Раздел 3. Коммуникативные технологии XXI века: современных коммуникативных технологий: каналы, формы, и средства.	Опрос	Блок 1 Тест Вопрос 16-20  Блок 2 Опрос Тема 13-15
	Раздел 3. Коммуникативные технологии XXI века: коммуникации в Интернете: особенности, виды и формы; особенности коммуникации в экономической, производственной и коммерческой сферах: каналы, виды и формы.	Учебная задача (реферат)	

*Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.*

## 3.2. Содержание оценочных средств

### 3.2.1. Блок 1

База тестовых вопросов

**Указания:** Задания имеют 3 варианта ответов, из которых правильный только один.  
Время выполнения – 20 минут.

1. Кто из отечественных исследователей предложил функциональную модель коммуникации, состоящую из 6 элементов (адресант, адресат, сообщение, контекст, контакт, код)?

А. Л.С. Выгодский

Б. Р. Якобсон



В. А.Н. Леонтьев

2. Какова структура коммуникативного акта?

- А. адресант → сообщение → адресат;
- Б. адресат → сообщение → адресант;
- В. сообщение → канал → сообщение.

3. Что обозначает термин «референция» в коммуникативном акте?

- А. язык и его разновидность;
- Б. обстоятельства события;
- В. содержание сообщения.

4. Отправитель сообщения в коммуникации – это...

- А. адресат;
- Б. референция;
- В. адресант.

5. Коммуникативное пространство – это...

- А. система, включающая как технические, так и другие средства, обеспечивающая коммуникативный процесс в заданном алгоритме;
- Б. социально - обусловленная область коммуникативной деятельности человека, имеющая свои функции, определяемые коммуникативными потребностями;
- В. сфера, в которой осуществляется информационный обмен посредством коммуникаций.

6. Что включает в себя невербальная коммуникация?

- А. внушение, подсознание;
- Б. речевое общение;
- В. «язык тела».

7. К какому виду коммуникации относится ритуал сватовства?

- А. перформанская;
- Б. художественная;
- В. мифологическая.

8. Темп речи, дикцию, высоту голоса и интонацию относят к...

- А. невербальной коммуникации;
- Б. вербальной коммуникации;
- В. кризисной коммуникации.

9. Началом исследований массовой коммуникации связывают с именем немецкого социолога...

- А. У. Липпмана;
- Б. М. Вебера;
- В. Г. Лассуэлла.



10. Процесс передачи информации от организации к общественности, формирующей положительный имидж фирме, свойственен для...

- А. рекламной коммуникации;
- Б. PR-коммуникации;
- В. маркетинговой коммуникации.

11. Выберите три типа приёма и передачи информации в речевой коммуникации:

- А. естественный язык, образное мышление, сенсорика;
- Б. письменный, устный, публичный.
- В. ритуальный, перформансный, художественный.

12. Каналами массовой информации являются...

- А. телевидение, радио, периодика;
- Б. средства массовой информации, телекоммуникация, информатика;
- В. визуальные, аудиальные, аудиовизуальные.

13. Средством передачи вербальной коммуникации является...

- А. речь;
- Б. дикция;
- В. интонация.

14. Определите вид коммуникации, в которой создаются и распространяются информационно-образные, экспрессивно-суггестивные тексты однонаправленного и неличного характера, адресованные группе людей с целью побудить их к действию.

- А. маркетинговая;
- Б. рекламная;
- В. PR-коммуникация.

15. Какой вид коммуникации имеет следующие формы: переговоры, совещания, конференции, презентации, телефонный разговор, беседа?

- А. деловая коммуникация;
- Б. межличностная коммуникация
- В. публичная коммуникация.

16. Какие формы может иметь копирайтинг?

- А. рекламный и PR-текст;
- Б. интервью и статья;
- В. пресс-конференция и брифинг.

17. По какому каналу наиболее эффективно реализовывать коммуникативную технологию спиндокторинга?

- А. по личному каналу;
- Б. по каналам СМИ;
- В. через слухи.



18. Какими средствами передаётся имиджевая коммуникация?

- А. качественными и количественными;
- Б. вербальными, визуальными, событийными;
- В. персональными, корпоративными, брендовым.

19. Спектакль является формой.....

- А. перформансной коммуникации;
- Б. мифологической коммуникации;
- В. художественной коммуникации.

20. Реклама и связи с общественностью (PR) как коммуникативные технологии имеют...

- А. одинаковую форму и каналы;
- Б. схожую форму и разные каналы;
- В. разные формы и одинаковые каналы.

### 3.2.2. Блок 2

Опрос в письменной форме.

**Указания:** Дайте развернутый ответ на вопрос. Материал должен быть изложен последовательно, продемонстрирована высокая степень проработанности учебной, научной литературы, должны присутствовать выводы и примеры. Достаточный по объему (100-150 слов). Ответ должен быть логически верно организован и четко структурирован.

Время выполнения заданий 20 минут.

Тема 1. Определение «коммуникация» и структура коммуникативного акта. Выскажите ваше мнение о роли и значении различных определений «коммуникации» в профессиональной деятельности лингвиста.

Тема 2. Коммуникация как фактор общества и объект исследования (Р. Якобсон, А. А. Леонтьев и др.). Выскажите ваше мнение о значимости / эффективности модели Р. Якобсона для решения профессиональных задач лингвиста.

Тема 3. Межкультурная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной межкультурной коммуникации, аргументация выбора. Представьте на конкретных примерах формы, каналы и средства межкультурной коммуникации и обоснуйте ваш выбор эффективных способов передачи информации.

Тема 4. Вербальная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной вербальной коммуникации, аргументация выбора. Представьте на конкретных примерах формы, каналы и средства вербальной коммуникации и обоснуйте ваш выбор эффективных способов передачи информации.

Тема 5. Невербальная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной невербальной коммуникации, аргументация выбора. Представьте на конкретных примерах формы, каналы и средства невербальной коммуникации и обоснуйте ваш выбор эффективных способов передачи информации.



Тема 6. Массовая коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной массовой коммуникации, аргументация выбора. Представьте на конкретных примерах формы, каналы и средства массовой коммуникации и обоснуйте ваш выбор эффективных способов передачи информации.

Тема 7. Деловая коммуникация. Виды, формы, каналы и средства эффективной деловой коммуникации, аргументация выбора. Представьте на конкретных примерах формы, каналы и средства деловой коммуникации и обоснуйте ваш выбор эффективных способов передачи информации.

Тема 8. Межличностная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной межличностной коммуникации, аргументация выбора. Представьте на конкретных примерах формы, каналы и средства межличностной коммуникации и обоснуйте ваш выбор эффективных способов передачи информации.

Тема 9. Имиджевая коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной имиджевой коммуникации, аргументация выбора. Представьте на конкретных примерах формы, каналы и средства имиджевой коммуникации и обоснуйте ваш выбор эффективных способов передачи информации.

Тема 10. Мифологическая коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной мифологической коммуникации, аргументация выбора. Представьте на конкретных примерах формы, каналы и средства мифологической коммуникации и обоснуйте ваш выбор эффективных способов передачи информации.

Тема 11. Перформансная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной перформансной коммуникации, аргументация выбора. Представьте на конкретных примерах формы, каналы и средства перформансной коммуникации и обоснуйте ваш выбор эффективных способов передачи информации.

Тема 12. Художественная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной художественной коммуникации, аргументация выбора. Представьте на конкретных примерах формы, каналы и средства художественной коммуникации и обоснуйте ваш выбор эффективных способов передачи информации.

Тема 13. Связи с общественностью и реклама как коммуникативные технологии XXI века. Формы, каналы и средства связей с общественностью и рекламы как коммуникативных технологий, аргументация выбора. Выскажите ваше мнение об эффективности применения модели коммуникации Р. Якобсоном в связях с общественностью и рекламе, приведите аргументы.

Тема 14. Спичрайтинг и копирайтинг как коммуникативные технологии XXI века. Формы, каналы и средства коммуникативных технологий, аргументация выбора. Выскажите ваше мнение об эффективности применения модели коммуникации Р. Якобсоном в спичрайтинге и копирайтинге, приведите аргументы.

Тема 15. Спиндокторинг и имиджмейкинг как коммуникативные технологии XXI века. Формы, каналы и средства коммуникативных технологий, аргументация выбора. Выскажите ваше мнение об эффективности применения модели коммуникации Р. Якобсоном в спиндокторинге и имиджмейкинге, приведите аргументы.



## Ключи

### Блок 1

Ключи к вопросам закрытого типа

1. Б
2. А
3. В
4. В
5. В
6. В
7. А
8. А
9. Б
10. Б
11. А
12. А
13. А
14. Б
15. А
16. А
17. Б
18. Б
19. В
20. В

### Блок 2

#### Ключи к вопросам опроса

Примерный план ответа на вопрос 1. Определение «коммуникация» и структура коммуникативного акта.

Коммуникация - механизм, посредством которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений, включающий в себя все мыслительные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени (Ч.Кули).

Коммуникация - это акт отправления информации от мозга одного человека к мозгу другого человека (П.Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд).

Коммуникация - специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания (А.Б. Зверинцев, А.П. Панфилова).

Предмет теории коммуникации (I подход - нет одной теории коммуникации, а есть много теорий коммуникаций, в каждой науке есть «своя» теория коммуникации и предмет исследования замещается объектом; II подход - теория коммуникации общая, изучающая коммуникацию как основной объект).

Функции коммуникации (познавательная, методологическая, прогностическая, практическая, передача информации – главная).

Междисциплинарный характер теории коммуникации (связь с биологией, лингвистикой, психологией, социологией, культурологией и др.).



Одной из наиболее известной структурой коммуникативного акта является модель Р.Якобсона. Элементами данной модели являются: адресант, сообщение, контекст, контакт, код и адресат. В данной модели коммуникации от адресанта и адресату направляется сообщение, которое написано с помощью кода. Контекст в модели Р.О. Якобсона связан с содержанием сообщения, с информацией, им передаваемой, понятие контекста связано с регулятивным аспектом.

Примерный план ответа на вопрос 2. Коммуникация как фактор общества и объект исследования (Р. Якобсон, А. А. Леонтьева и др.).

Роль коммуникации в обществе во многом определяется и его коммуникационным пространством, в которое входит как комплекс этических, языковых, культурных вопросов и аспектов, так и средства коммуникации.

Роль коммуникации в современном обществе определяется следующими аспектами:

- Высокая роль эффективной коммуникации в решении общественных конфликтов.
- Механизмы использования коммуникации для формирования позитивных установок в обществе. Осуществление коммуникации общественно значимыми субъектами (политики, органы власти, организации, общественные деятели).
- Повышение культурного уровня и этики общества.
- Изменение речевых моделей поведения, формирование новых форм общения между субъектами коммуникации.
- Роль коммуникации для повышения уровня гражданской ответственности и сознательности в современном обществе.
- Использование коммуникации представителями бизнеса для в рамках проектов, связанных с реализацией принципов социальной ответственности.
- Коммуникация, как сам факт передачи информации средствами массовой информации, также определяет ее роль для современного общества.

Модель коммуникации Р.О. Якобсона получила широкое применение, она используется в лингвистике как для анализа функций языка в целом, так и для анализа функционирования отдельных единиц, производства речи и языка. Модель Р.О. Якобсона учитывает не только сам язык коммуникации, но и пользователя этого языка, а также включенного наблюдателя. Элементами данной модели являются: адресант, сообщение, контекст, контакт, код и адресат. В данной модели коммуникации от адресанта и адресату направляется сообщение, которое написано с помощью кода. Контекст в модели Р.О. Якобсона связан с содержанием сообщения, с информацией, им передаваемой, понятие контекста связано с регулятивным аспектом.

А.А. Леонтьев рассматривает общение в более широком контексте, не сводящемся к межличностному взаимодействию изолированных индивидов, а вытекающему из социальной природы человека. «Общение есть не только и не столько взаимоотношение людей в обществе, сколько (прежде всего!) взаимодействие людей как членов общества». По мнению А. А. Леонтьева, трудности в понимании общения как деятельности существуют лишь при том условии, что под субъектом общения понимается только отдельный индивид.

Он дает следующую обобщающую формулировку: «... Общение есть процесс установления и поддержания целенаправленного, прямого или опосредованного теми или иными средствами контакта между людьми, так или иначе связанными друг с другом в психологическом отношении. Осуществление этого контакта позволяет либо изменять



протекание коллективной (совместной) деятельности за счет согласования (рассогласования) «индивидуальных» деятельностей по тем или иным параметрам или, напротив, разделение функций (социально ориентированное общение), либо осуществлять целенаправленное воздействие (объем и качественная специфика которого может определяться как «извне» обществом, так и «изнутри» самой личностью) на формирование и изменение отдельной личности (или непосредственно на ее поведение) в процессе коллективной или «индивидуальной», но социально опосредованной деятельности (лично ориентированное общение)»

Строение и классификация процессов общения (предметно ориентированное, социально ориентированное, лично ориентированное общение).

Предметно ориентированное общение осуществляется в ходе совместной некомуникативной деятельности, обслуживая ее. Это генетически исходный вид общения (как в фило-, так и в онтогенезе). Даже в этом случае следует различать взаимодействие и собственно общение.

Социально ориентированное общение имеет своим предметом не конкретного человека или аудиторию, а социальное взаимодействие (или социальные, общественные отношения) внутри определенного социума. Примерами такого общения служат, в частности, ораторская речь или массовая коммуникация.

Лично ориентированное (межличностное) общение может существовать в двух вариантах. «Это, во-первых, диктальное общение, то есть общение, связанное с тем или иным предметным взаимодействием (согласование позиций с целью дальнейшей совместной деятельности, обмен с собеседником информацией, значимой для деятельности, и т. п.). Оно тождественно предметно ориентированному (групповому) общению и по субъекту взаимодействия (группа, в данном случае — диада), и по субъекту общения (та же диада), и по предмету (взаимодействие). Во-вторых, модальное общение — это то, что в обиходе называется “выяснением отношений”»

Примерный план ответа на вопрос 3. Межкультурная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной межкультурной коммуникации, аргументация выбора.

Межкультурная коммуникация — это обмен информацией, осуществляемый носителями разных культур, причем то, что коммуниканты являются носителями разных культур, значительнейшим образом влияет на их коммуникацию и в некоторой степени определяет ее ход. Теория МКК — дисциплина, изучающая такое взаимодействие. Главной причиной усилившегося интереса к изучению МК взаимодействия являются глобализационные процессы.

Средства МКК могут быть вербальные и невербальные, каналы — личный или опосредованный, формы — международные переговоры, межличностная коммуникация между представителями различных культур и т.д. Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

Примерный план ответа на вопрос 4. Вербальная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной вербальной коммуникации, аргументация выбора.

Цель вербальной коммуникации - обмен информацией речевыми средствами.

Функции речи: коммуникативная или репрезентативная (репрезентация - представление; изображение, образ), апеллятивная (апелляция - призыв, обращение, т.е. воздействие),



экспрессивная (экспрессия - выражение и выразительность).

Речевая деятельность – это специализированное употребление речи в процессе взаимодействия между людьми, частный случай деятельности общения.

Речевая коммуникация – единство информативной и коммуникативной сторон речевой деятельности.

Речевое поведение – использование языка людьми в предлагаемых обстоятельствах, в многообразии реальных жизненных ситуаций, совокупность речевых поступков.

Речевое общение – процесс установления и поддержание целенаправленного, прямого или опосредованного контакта между людьми при помощи языка.

Успешность речевого общения – осуществление коммуникативной цели инициатора (инициаторов) общения и достижение собеседниками согласия.

Речь как способ передачи информации:

а) речевая коммуникация и её модель;

б) формы и типы речевой коммуникации (устная / письменная, личная / опосредованная)

б) особенности речевой коммуникации (нравственность речи, позиция слушающего, сознательное/бессознательное и ложь).

Речевой акт – элементарная единица речевого общения, произнесение говорящим высказывания в непосредственной ситуации общения со слушающим. Основоположник - английский философ Джон Остин и его последователь Джон Сёрль.

Вербальная (речевая) коммуникация кодируется только речевыми /языковыми (вербальными) средствами, каналы - личный или опосредованный, форма - устная или письменная (в зависимости от канала), а также может быть представлены беседой, разговором, рассказом, историей, письмом, запиской, дневником и т.д. Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

Примерный план ответа на вопрос 5. Невербальная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной невербальной коммуникации, аргументация выбора.

Невербальные средства коммуникации (мимика, жесты, поза, темп речи, дикция, интонация и др.).

Невербальная коммуникация:

- средство информации, система невербальных символов, знаков, кодов, использующихся для передачи сообщения (в узком смысле);
- социально обусловленная система взаимодействия, в структуре которой преобладают произвольные, неосознаваемые комплексы движений, выражающие личностную неповторимость человека (в широком смысле).

Каналы невербальной коммуникации - акустический, оптический, тактильно-кинестезический, ольфакторный.

«Body Language» - язык телодвижений (семиотика бессознательного). Система ВЛ подстраивается под естественный язык, т.е. под речь, и воздействие как бы двойным ударом направляется на тех, кто является её объектом.

ВЛ: общечеловеческие (например, расширение зрачков); цивилизационные (например, кивок головы), принадлежат к определённым культурам, и индивидуальные – для каждого человека.

Науки, изучающие невербальную коммуникацию (паралингвистика, кинесика, проксемика, такесика и др.



Паралингвистика, раздел языкознания, изучающий неязыковые средства, включённые в речевое сообщение: фонационные (степень громкости, распределение пауз и т.п.), кинетические (особенности мимики и жестикуляции в процессе общения) и графические (особенности индивидуального почерка, типы шрифтов, дополнительные знаки (помимо букв) и системы знаков.

Кинесика - наука о жестах, жестовых движениях и мимике.

Такесика изучает прикосновения в ситуации общения: рукопожатия, поцелуи, дотрагивание, поглаживание и т.п.

Невербальная (речевая) коммуникация кодируется только невербальными средствами (мимика, позы, жесты и тд.) каналы - личный или опосредованный, форма - преобладает устная. Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

Примерный план ответа на вопрос 6. Массовая коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной массовой коммуникации, аргументация выбора.

История изучения массовой коммуникации (М. Вебер, М. Хоркхаймер и Т. Адорно, М. Маклюэн).

1910 г. - Макс Вебер методологически обосновал необходимость изучения прессы в социологическом аспекте, убедительно показав ориентацию периодической печати на различные социальные структуры и ее влияние на формирование человека как члена социума.

1947 г. - Макс Хоркхаймер и Теодор Адорно книга «Диалектика просвещения». Исследователи предприняли попытку теоретического анализа роли и места массовых коммуникаций в обществе XX в.

1948г. - Роберт Мертон и Пауль Лазерсфельд книга «Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие». Авторы описали универсальность массовой коммуникации, которая объясняется в удовлетворении объективных социальных потребностей таких как, социализация, формирование общественного согласия, обеспечения культурной преемственности, поддержания и трансляции социальных ценностей.

1964 -1967 гг. Маршалл Маклюэн рассматривал массовую коммуникацию как глобальное явление, которое реализуется человеком по непостижимым закономерностям (книги «Понимание медиа», «Медиа – это сообщение»).

Средства массовой информации (определения и содержание понятия).

Массовая коммуникация (англ. mass communication) - разновидность коммуникации, охватывающая большие и средние по численности сообщества людей, способствующая «глобализации» процесса передачи информации посредством включения обратной связи в процесс взаимодействия между людьми. Осуществляется посредством СМИ (прессы, радио, телевидения, Интернета). (Ф.И. Шарков)

Роль, функции и структура средств массовой коммуникации.

Функции МК А.Леонтьева: оптимизация деятельности общества за счет ориентации на социальное общение, позволяющее изменить коллективную деятельность;

функция контакта, которая играет роль в формировании группового сознания;

функция социального контроля - через исполнение социальных норм, этических и эстетических требований.

Направления теории массовой коммуникации (1) Человеко-ориентированный подход,



который поддерживал модель минимального эффекта. Люди приспособливают средства массовой коммуникации к своим нуждам и потребностям. 2) Медиа-ориентированный подход. Человек подчиняется действию средств массовой коммуникации. Они воздействуют на него и ими невозможно сопротивляться).

Особенности языка СМИ (прагматичность, адресность, сиюминутность, усредненность, эталонность).

Массовая коммуникация передается как вербальными, так и невербальными средствами, канал - только опосредованный (СМИ – телевидение, радио, интернет, периодическая печать), форма - статья, репортаж, телепередача и т.п. Выбор форм и средств зависит от массового адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

Примерный план ответа на вопрос 7. Деловая коммуникация. Виды, формы, каналы и средства эффективной деловой коммуникации, аргументация выбора.

Деловая коммуникация возникает между субъектами, которые участвуют в совместной деятельности, ориентированной на достижение определенной цели.

Формы деловой коммуникации и их особенности.

а) деловая беседа (виды и структура);

б) деловое совещание (виды и цели);

в) телефонный разговор, особенности телефонной коммуникации.

Горизонтальная и вертикальная форма передачи информации в деловой коммуникации.

Горизонтальная коммуникация — это коммуникация между паритетными элементами системы, например, подразделениями организации, взаимодействие исполнителей и коммуникация между паритетными руководителями в общей плоскости управления.

Несмотря на особую значимость вертикальной коммуникации, реализующей иерархический принцип построения структуры управления социально-экономической системой, горизонтальная коммуникация обеспечивает не менее важный принцип координации деятельности элементов системы.

Вертикальная коммуникация — это обмен информацией между соподчиненными (иерархическими) уровнями структуры управления системой. Такая коммуникация может быть нисходящей и восходящей. В нисходящей коммуникации руководитель реализует свои управленческие воздействия: приказы, распоряжения, предписания, рекомендации и т.п. Восходящая вертикальная коммуникация — это обратная связь между подчиненными и руководителем. Такая коммуникация обеспечивает передачу информации различного функционального назначения: сигналы о возникновении проблемной ситуации на подчиненном уровне управления, официальные отчеты, неформальные сообщения и т.п.

Деловая коммуникация кодируется как вербальными, так и невербальными средствами, каналы - личный или опосредованный (например, интернет), форма - устная или письменная (в зависимости от канала), а также может быть представлены деловой беседой, деловым телефонным разговором, совещанием и т.п. Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

Примерный план ответа на вопрос 8. Межличностная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной межличностной коммуникации, аргументация выбора.



Межличностная коммуникация - взаимодействие (коммуникация) между различными лицами при непосредственном контакте или взаимодействии, организованном с помощью интерактивных аудиовизуальных технических средств, в процессе которого происходит обмен информацией и передача сведений между отдельными людьми (Ф.И. Шарков).

Межличностная коммуникация - процесс обмена сообщениями и их интерпретация двумя или несколькими индивидами, вступившими в контакт друг с другом (М.А. Василик).

Особенности межличностной коммуникации:

- неизбежность коммуникации - обмен информацией для человека является важнейшей потребностью;
- необратимость коммуникации - невозможность уничтожить сказанное (Слово не воробей);
- непосредственная обратная связь;
- многоканальность - слух, зрение, обоняние сообщают дополнительную информацию о партнере;
- межличностные отношения, которые складываются в результате деловых и творческих контактов - неофициальных, в результате эмпатии.

Межличностная коммуникация кодируется как вербальными, так и невербальными средствами, каналы – преобладает личный, но возможен и опосредованный (например, интернет, обмен сообщениями в социальных сетях), форма - устная или письменная (в зависимости от канала), а также может быть представлены беседой, разговором, рассказом, историей, письмом, запиской, дневником и т.д. Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

Примерный план ответа на вопрос 9. Имиджевая коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной имиджевой коммуникации, аргументация выбора.

Имиджевая коммуникация - наиболее эффективный тип сообщения с контролируемой реакцией, реализуемый в условиях дефицита информации, отсутствия времени, даже невнимательности собеседника (Почепцов Г.Г.).

Имиджевая коммуникация - управление информацией, отражение события под углом улучшения впечатления, интенсивное владение информацией с прогнозируемой реакцией на нее (Горчакова В. Г.).

Стороны имиджевой коммуникации как процесса:

- создание образа, связанное с акцентированием отражения действительности;
- облечение его в формы, которые могут быть переданы целевым аудиториям (создание собственно послания);
- освоение текста аудиторией.

Имиджеформирующая информация - информация, на основе которой впоследствии формируется образ данного политика (любого иного человека), а затем и мнение о нём, т.е. имидж.

Прямая имиджеформирующая информация – информация об объекте (информация о кандидате в депутаты, информация о товаре), которая поступает к члену аудитории имиджа непосредственно от объекта (кандидата в депутаты во время его выступления на митинге или товара, который видит, чувствует покупатель).



Косвенная имиджеформирующая информация – информация об объекте (кандидате, товаре), которая поступает к члену аудитории имиджа не непосредственно от объекта, а от других людей в виде их мнения о нём (кто-то сказал, что данный кандидат в депутаты – хороший человек, или кто-то сказал, что пылесос данной модели – надёжный пылесос). Имиджевая коммуникация кодируется как вербальными, так и невербальными средствами, а также некоторые исследователи включают и событийные средства, каналы – личный и опосредованный (например, интернет, телевидение и т.п.), форма - устная или письменная (в зависимости от канала), а также может быть представлены имиджевое интервью, встреча с целевой аудиторией, пресс-конференция и т.д. Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

Примерный план ответа на вопрос 10. Мифологическая коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной мифологической коммуникации, аргументация выбора.

Мифологическая коммуникация - это особый вид коммуникации, при которой мифы выступают инструментом влияния коммуникатора на аудиторию.

Мифы соединяют в себе рациональное и иррациональное, что позволяет обращаться напрямую к бессознательному и к эмоциям человека.

Модель мифологической коммуникации Клода Леви-Строса. Структура мифа является его содержанием. И это содержание заключено в логическую форму, понимаемую как свойство реальности.

Модель мифологической коммуникации Ролана Барта. Структура мифа имеет надстройку, придающую ему императивный, побудительный характер. Отталкиваясь от конкретных условий обстановки (например, отечество в опасности), миф непосредственно обращается к конкретному человеку, который испытывает на себе его интенции и агрессивную двусмысленность.

Мифологические тексты непроверяемы (как и сказания о чудесах, святых и т.п.). Их принципиально нельзя опровергнуть, можно только подтвердить новым примером.

Для мифологических тестов характерна определенная узнаваемость - это не новая информация, а как бы реализация уже известной нам схемы.

Мифологическая коммуникация кодируется как вербальными, так и невербальными средствами, каналы – личный и опосредованный (например, интернет, телевидение и т.п.), форма - устная или письменная (в зависимости от канала). Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации. Например, миф о Золушке.

Примерный план ответа на вопрос 11. Перформансная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной перформансной коммуникации, аргументация выбора.

Определение перформансной коммуникации (ритуал, несущий определенные, символически выраженные коммуникативные сообщения).

Характеристики перформансной коммуникации (перформансная коммуникация в качестве средства выражения использует коммуникативное пространство; в перформансной коммуникации человек теряет свою индивидуальность; перформансная коммуникация подразумевает, что события, которые предшествуют и последуют за наблюдаемым действием, включаются в процесс события, но не в качестве прошлых или будущих явлений, а в качестве событий, принятых человеком здесь и сейчас; главным



субъектом перформансной коммуникации является сторонний зритель; благодаря перформансной коммуникации человек понимает назначение своего бытия в мире).

Перформансная коммуникация кодируется как вербальными, так и невербальными, каналы – личный и опосредованный (например, интернет, телевидение и т.п.), форма - преобладает устная, а также может быть представлены образным (сватовство) или повседневным (приветствие при встрече) ритуалом. Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

Примерный план ответа на вопрос 12. Художественная коммуникация. Формы, каналы и средства эффективной художественной коммуникации, аргументация выбора.

Художественная коммуникация - это диалог между адресантом (автором) и адресатом на основе произведения искусства, включающий взаимообмен впечатлениями, идеями, оценками.

Художественная коммуникация - функционирование искусства в обществе, в процессе которого оно выступает как специфическая эстетическая деятельность и средство общения.

Художественная коммуникация осуществляется между субъектами - произведением искусства и зрителем. Коммуникация подразумевает взаимодействие субъектов, передачу информации между ними с помощью принятой знаковой системы.

На первом этапе художественной коммуникации произведение выступает адресантом, а получатель (зритель) - адресатом, художественная коммуникация осуществляется, пока происходит непосредственное взаимодействие с произведением искусства (например, пока длится фильм). Произведение искусства представляет собой сообщение, набор информации, определенных знаков и символов и предлагает форму, по которой должна строиться коммуникация.

На втором этапе художественной коммуникации произведение искусства и получатель (зритель) меняют свои статусы - они становятся речевыми партнерами. На этом этапе диалога происходит осознание значений знаков. Получатель (зритель) стремится раскрыть в себе потенциал идеального зрителя, то есть пройти (понять) некую схему, которая была заложена в произведении искусства. Получатель (зритель) с помощью сознания складывает целостную картину значений.

На третьем этапе коммуникации произведение искусства и зритель являются соавторами художественного текста. Получатель (зритель), потерявший свою самостоятельность (уже не существующий в пределах коммуникации как отдельный субъект, а существующий как взаимодействие), и произведение искусства осуществляют появление нового качества диалога. То есть происходит не прочтение заложенных значений, а раскрытие личностных смыслов зрителя, которые он вкладывает сам в произведение. Понимание значения порождает возникновение смысла произведения искусства. При этом произведение искусства не является законченным, оно постоянно высвобождает новый смысл - новая коммуникация произведения искусства с другим зрителем порождает другой смысл.

Художественная коммуникация кодируется как вербальными, так и невербальными средствами, каналы – личный и опосредованный (например, интернет, телевидение и т.п.), форма - устная или письменная (в зависимости от канала), а также может быть представлены художественным произведением, романом, картиной, скульптурой и т.д.



Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

Примерный план ответа на вопрос 13. Связи с общественностью и реклама как коммуникативные технологии XXI века. Формы, каналы и средства связей с общественностью и рекламы как коммуникативных технологий, аргументация выбора. Коммуникативные технологии рекламы и PR. PR – средство коммуникации между организацией и обществом (Тодд Хант, Джеймс Грюнинг). Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (Федеральный закон о Рекламе от 22 февраля 2006г. ). Рекламная и PR-коммуникации кодируются как вербальными, так и невербальными средствами, каналы – личный и опосредованный (например, интернет, телевидение и т.п.), форма - устная или письменная (в зависимости от канала). В рекламной коммуникации формами могут быть: рекламный модуль, рекламный ролик, аудиореклама и т.п. К формам PR-коммуникации относят: дни открытых дверей, пресс- релизы, событийные мероприятия (например, 10-летие компании) и т.п. Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

Примерный план ответа на вопрос 14. Спичрайтинг и копирайтинг как коммуникативные технологии XXI века. Формы, каналы и средства коммуникативных технологий, аргументация выбора.

Спичрайтинг – PR-технология, представленная в виде техники подготовки и написания PR-текста, предназначенного для устного выступления первого (должностного) лица (Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью)

Спичрайтинг - разновидность профессиональной PR-деятельности, заключающейся в составлении текста устного публичного выступления для первого (должностного) лица субъекта PR и консалтинга данного лица по организации и исполнению публичного выступления.

Копирайтинг – технология составления текстов в сфере публичных рилейнз, также профессиональная деятельность по составлению текстов публичных коммуникаций (Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью).

Задача копирайтера заключается в том, чтобы информативно (PR-текст), образно и лаконично (рекламный текст) сформулировать достоинства и преимущества объекта PR и рекламы (товар, услуга, персона или корпорация) с целью воздействия на мнение и представления целевой аудитории (потребителя) и побуждение его к действию (покупке, голосованию и т. п.

Спичрайтинг и копирайтинг кодируются как вербальными, так и невербальными средствами, каналы – личный и опосредованный (например, интернет, телевидение и т.п.), форма - устная или письменная (в зависимости от канала). Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.



Примерный план ответа на вопрос 15. Спиндокторинг и имиджмейкинг как коммуникативные технологии XXI века. Формы, каналы и средства коммуникативных технологий, аргументация выбора.

Имиджмейкинг - совокупность технологий и техник, элементов и операций, предназначенных для реализации задачи по формированию имиджа объекта (человека, предмета, явления).

Цель имиджмейкинга - формирование имиджа.

Имиджирование - процесс работы по созданию имиджа именуется (синонимом термина «формирование имиджа»).

Спиндокторство (спиндокторинг) (spin – «верчение», «кружение», doctor- «лечение») - процесс управления сообщением в средствах массовой коммуникации. Спиндокторинг представляет собой один из методов PR, суть которого заключается в необъективном изложении определенных событий или фактов, что отвечает интересам определенного круга лиц.

Типы спиндокторинга:

до-спин - подготовка перед событием;

после-спин - наведение блеска на событие;

торнадо-спин - попытка перевода общественного интереса в другую сторону;

спин контроль - менеджмент событий, выходящих из-под контроля;

спин-даун - менеджмент событий, которые уже не контролируются, с целью предотвращения нанесения дальнейшего ущерба.

Спиндокторинг и имиджмейкинг кодируются как вербальными, так и невербальными средствами, а также некоторые специалисты включают событийные средства; каналы – личный и опосредованный (например, интернет, телевидение и т.п.), форма - устная или письменная (в зависимости от канала). Выбор форм, каналов и средств зависит от адресата, данные характеристики должны способствовать наиболее эффективной коммуникации.

## **4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации и критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств**

Зачет по дисциплине «Основы теории коммуникации» включает в себя 2 Блока. Задания 1 Блока представляют собой тест и включают вопросы закрытого типа по 3 разделам. Задания 2 Блока представляют собой опрос в письменной и устной форме и включают в себя вопросы с развернутым ответом по всем разделам рабочей программы дисциплины.

### **4.2. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций**

Аттестационная работа формируется в системе электронного обучения MOODLE. Максимальный балл за работу — 100 баллов (с коэффициентом 30%). Блок 1



предусматривает максимальный балл – 30. Блок 2 предусматривает максимальный балл – 70.

#### 4.2.1. Критерии оценивания теста

В первом блоке предлагаются вопросы с 3 вариантами ответа. За верное выполнение каждого задания обучающийся получает 1 балл. За неверный ответ или отсутствие ответа выставляется 0 баллов. Максимальный первичный балл – 15.

Максимальное количество баллов за тест – 100.

Высокий уровень освоения, «5» отлично, выставляется, если правильно выполнено 86-100 % заданий.

Средний уровень освоения, «4» хорошо, выставляется, если правильно выполнено 69-85% заданий.

Базовый уровень освоения, «3» удовлетворительно, выставляется, если правильно выполнено 51-68 % заданий.

Компетенции не освоены, «2» неудовлетворительно, выставляется, если правильно выполнено менее 50 % заданий.

#### 4.2.2. Критерии оценивания результатов опроса

Во втором блоке необходимо дать развернутый ответ на вопрос по разделам рабочей программы дисциплины (вопросы распределяются случайным образом), объемом 150-200 слов. Максимальный балл за ответ опроса - 15 баллов.

Высокий уровень подготовки – ответ полный (15-12 баллов). Обучающийся последовательно излагает теоретический материал, демонстрирует высокую степень проработанности пройденной темы, приводит подробные классификации, иллюстрирует теоретические положения актуальным языковым материалом, умело использует терминологию, метаязык, обобщает языковые факты и самостоятельно делает выводы. Обучающийся способен аргументировано ответить на дополнительные вопросы, изложить свою точку зрения;

хороший уровень подготовки – ответ полный (11-9 баллов). Обучающийся последовательно излагает теоретический материал, но допускает неточности в использовании понятийного аппарата. Приводимые классификации и теоретические положения не всегда иллюстрируются языковыми примерами. Обучающийся использует терминологию, но не всегда верно идентифицирует используемые научные категории и явления. Обучающийся в основном способен аргументировано ответить на дополнительные вопросы, изложить свою точку зрения;

удовлетворительный уровень подготовки – ответ неполный (8-5 баллов). Знания теоретического материала поверхностны, не подкреплены иллюстративным языковым материалом. Обучающийся с трудом отвечает на дополнительные вопросы и не всегда излагает свою точку зрения;

неудовлетворительный уровень подготовки – ответ неполный (4-0 балла) Выставляется, если ответ присутствует, но не удовлетворяет критериям знания материала, объема, логичности, наличия выводов и собственных примеров.

За отсутствие ответа выставляется 0 баллов.



#### 4.2.3. Критерии оценивания результатов учебной задачи (реферат)

Высокий уровень, оценка «отлично» (20-15 баллов) ставится тогда, когда:

- Обучающийся выделяет главные положения в изученном материале и не затрудняется в ответах на видоизмененные вопросы.
- Не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала.
- Обучающийся усвоил весь объем программного материала и свободно применяет знания на практике.
- Материал оформлен аккуратно в соответствии с требованиями.

Хороший уровень, оценка «хорошо» (14-10 баллов) ставится тогда, когда:

- Обучающийся знает изученный материал и отвечает без особых затруднений на вопросы преподавателя.
- Обучающийся умеет применять полученные знания на практике.
- В условных ответах не допускает серьезных ошибок, легко устраняет определенные неточности с помощью дополнительных вопросов.
- Материал оформлен недостаточно аккуратно, но в соответствии с требованиями.

Удовлетворительный уровень, оценка «удовлетворительно» (9-6 баллов) ставится тогда, когда:

- Обучающийся обнаруживает освоение основного материала, но испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных дополняющих вопросов.
- Предпочитает отвечать на вопросы воспроизводящего характера и испытывает затруднения при ответах на воспроизводящие вопросы.
- Материал оформлен не аккуратно или не в соответствии с требованиями.

Неудовлетворительный уровень подготовки:

- У обучающегося имеются отдельные представления об изучаемом материале.
- Материал оформлен не в соответствии с требованиями.

#### 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.

Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными при прохождении промежуточной аттестации:

1. Текущая аттестация	70 %
1.1. Посещение занятий	5 %
1.2. Текущий контроль аудиторной работы	45%
1.3. Текущий контроль самостоятельной работы	20%
2. Промежуточная аттестация (в виде теста)	



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Основы теории коммуникации» по направлению подготовки (специальности) 45.05.01 «Перевод и переводоведение» направленности (профилю) Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 25	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	------------	------------------------	---------------

и письменного опроса)

Итого:

30%  
100%  
= 100 баллов

По результатам освоения дисциплины в течение 4-го семестров выставляется зачет.

Оценка	зачтено	зачтено	зачтено	незачтено
Баллы	100-86 баллов	85-69 баллов	68-51 баллов	50-0 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	средний	базовый	низкий

УК-4	<u>Обладает</u>	<u>Обладает</u>	<u>Обладает</u>	<u>Не обладает</u>
Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия	<u>всесторонним и глубоким знанием</u> видов и особенностей коммуникации, способствующих обобщению, критическому осмыслению, систематизации информации, анализу логики рассуждений и высказываний; каналов, форм и средств передачи информации, оценивая качество и содержание информации, выделять наиболее существенные факты и концепции; правил реферирования и аннотирования письменных текстов научного характера из области теории коммуникации, особенности составления аналитических обзоров по теории коммуникации, методы обобщения фактического материала из различных	<u>достаточными знаниями</u> видов и особенностей коммуникации, способствующих обобщению, критическому осмыслению, систематизации информации, анализу логики рассуждений и высказываний; каналов, форм и средств передачи информации, оценивая качество и содержание информации, выделять наиболее существенные факты и концепции; правил реферирования и аннотирования письменных текстов научного характера из области теории коммуникации, особенности составления аналитических обзоров по теории	<u>достаточным знанием</u> видов и особенностей коммуникации, способствующих обобщению, критическому осмыслению, систематизации информации, анализу логики рассуждений и высказываний; каналов, форм и средств передачи информации, оценивая качество и содержание информации, выделять наиболее существенные факты и концепции; правил реферирования и аннотирования письменных текстов научного характера из области теории коммуникации, особенности составления аналитических обзоров по теории коммуникации, методы обобщения фактического материала из различных	<u>не обладает</u> знанием видов и особенностей коммуникации, способствующих обобщению, критическому осмыслению, систематизации информации, анализу логики рассуждений и высказываний; каналов, форм и средств передачи информации, оценивая качество и содержание информации, выделять наиболее существенные факты и концепции; правил реферирования и аннотирования письменных текстов научного характера из области теории коммуникации, особенности составления аналитических обзоров по теории коммуникации, методы обобщения фактического материала из различных источников о реализации моделей и типов коммуникации. <u>Не умеет</u> критически осмыслить информацию, идентифицировать вид коммуникации, систематизировать информацию, логически анализировать и высказываться в области



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Основы теории коммуникации» по направлению подготовки (специальности) 45.05.01 «Перевод и переводоведение» направленности (профилю) Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр.  
26

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	<p>источников о реализации моделей и типов коммуникации. <u>Умеет</u> <u>отлично</u> критически осмысливать информацию, идентифицировать вид коммуникации, систематизировать информацию, логически анализировать и высказываться в области теории коммуникации; оценивать эффективность и содержание информации, выделять наиболее существенные факты и концепции, давать им собственную оценку и интерпретацию; работать с материалами из различных источников, а также составлять обзоры материала по заданным темам из области теории коммуникации, обобщать фактический материал о реализации коммуникативных процессов и делать обоснованные выводы. <u>Свободно и уверенно владеет</u> навыками обобщения, критического осмысления, систематизации видов информации, анализом логики рассуждений и высказываний в</p>	<p>коммуникации, методы обобщения фактического материала из различных источников о реализации моделей и типов коммуникации.  <u>Умеет хорошо</u> критически осмысливать информацию, идентифицирует вид коммуникации, систематизирует информацию, логически анализирует и высказывается в области теории коммуникации; оценивает эффективность и содержание информации, выделяет наиболее существенные факты и концепции, давать им собственную оценку и интерпретацию; работает с материалами из различных источников, а также составляет обзоры материала по заданным темам из области теории коммуникации, обобщает фактический материал о</p>	<p>источников о реализации моделей и типов коммуникации. <u>В отдельных случаях</u> критически осмысляет информацию, идентифицирует вид коммуникации, систематизирует информацию, логически анализирует и высказывается в области теории коммуникации; оценивает эффективность и содержание информации, выделяет наиболее существенные факты и концепции, давать им собственную оценку и интерпретацию; работает с материалами из различных источников, а также составляет обзоры материала по заданным темам из области теории коммуникации, обобщает фактический материал о реализации коммуникативных процессов и делает обоснованные выводы. <u>Владеет некоторыми навыками</u> обобщения, критического осмысления, систематизации видов информации, анализом логики рассуждений и высказываний в</p>	<p>теории коммуникации; оценивать эффективность и содержание информации, выделять наиболее существенные факты и концепции, давать им собственную оценку и интерпретацию; работать с материалами из различных источников, а также составлять обзоры материала по заданным темам из области теории коммуникации, обобщать фактический материал о реализации коммуникативных процессов и делать обоснованные выводы. <u>Не владеет навыками</u> опытом обобщения, критического осмысления, систематизации видов информации, анализом логики рассуждений и высказываний в области теории коммуникации; навыками собственной оценки и интерпретации информации о коммуникативных процессах; навыком реферирования и аннотирования письменных текстов научного характера из области теории коммуникации, выделяя источник (отправителя / адресанта) коммуникации, аудиторию (адресата), а также составления аналитических обзоров по заданным темам из области коммуникативистики.</p>
--	---	--	---	--



Версия документа - 1	стр. 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	------------	------------------------	---------------

	области теории коммуникации; навыками собственной оценки и интерпретации информации о коммуникативных процессах; навыком реферирования и аннотирования письменных текстов научного характера из области теории коммуникации, выделяя источник (отправителя / адресанта) коммуникации, аудиторию (адресата), а также составления аналитических обзоров по заданным темам из области коммуникативистики	реализации коммуникативных процессов и делает обоснованные выводы. <u>Уверенно владеет</u> навыками обобщения, критического осмысления, систематизации видов информации, анализом логики рассуждений и высказываний в области теории коммуникации; навыками собственной оценки и интерпретации информации о коммуникативных процессах; навыком реферирования и аннотирования письменных текстов научного характера из области теории коммуникации, выделяя источник (отправителя / адресанта) коммуникации, аудиторию (адресата), а также составления аналитических обзоров по заданным темам из области коммуникативистики.	области теории коммуникации; навыками собственной оценки и интерпретации информации о коммуникативных процессах; навыком реферирования и аннотирования письменных текстов научного характера из области теории коммуникации, выделяя источник (отправителя / адресанта) коммуникации, аудиторию (адресата), а также составления аналитических обзоров по заданным темам из области коммуникативистики.	
--	---	---	--	--

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

