

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 14.06.2024 09:27:53
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdfc836

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Психология массовых коммуникаций, СЕМЕСТР 6

Код, направление подготовки	43.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса	Кол-во баллов за правильный ответ
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Выберите один правильный ответ 1. Один из видов социальной коммуникации, при котором информация распространяется диахронно, на уровне всего общества в целом, посредством социальных институтов и масс-медиа; носит тиражируемый, контролируемый, однонаправленный и внеличный характер	1) интерперсональная 2) групповая 3) массовая 4) межличностная 5) межкультурная	низкий	2,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите один правильный ответ 2. Процесс передачи эмоционального состояния одного индивида к другому на психофизическому уровне в ходе зрелищ (футбол, рок-концерт), выступления ораторов – это ...	1) заражение 2) внушение 3) массовая агрессия 4) паника 5) распространение моды	низкий	2,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите один правильный ответ 3. Метод Эдварда де Боно для запуска, управления и переключения мышления при планировании, обсуждении проблем и поиска решений.	1) Ранжирование 2) Интент-анализ 3) Контент-анализ 4) Методика «6 шляп» 5) Семантический дифференциал	низкий	2,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите один правильный ответ 4. Качественно-количественный метод, основанный на биполярных шкалах, позволяющий выявить бессознательные ассоциативные связи между объектами в сознании реципиента – это ...	1) Ранжирование 2) Интент-анализ 3) Контент-анализ 4) Методика «6 шляп» 5) Семантический дифференциал	низкий	2,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите один правильный ответ 5. Качественный метод исследования содержания публичных выступлений, речей, документов, направленный	1) Мониторинг 2) Интент-анализ 3) Контент-анализ 4) Методика «6 шляп»	низкий	2,0

	выявление скрытого подтекста, смысла документа, недоступного при использовании других методов текстового анализа; определение целевой направленности смысла высказывания или текста – это...	5) Семантический дифференциал		
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите все правильные ответы 6. В психологии массовых коммуникаций выделяют следующие типы слухов:	1) прогрессивные слухи 2) «слух-пугало» 3) «слух-желание» 4) нелепые слухи 5) агрессивные слухи	средний	5,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Выберите все правильные варианты ответов из предложенных 7. К методам атаки в «черном PR» относятся:	1) метод компромата 2) метод двойных аудиторий 3) метод административного ресурса 4) метод сплетен и слухов 5) метод вспышки	средний	5,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите все правильные ответы 8. К видам атак в «черном PR» относятся:	1) профессиональная информационная атака 2) непрофессиональная информационная атака 3) спонтанная информационная атака 4) спонтанная атака, поддержанная заинтересованными лицами 5) срежессированный скандал 6) задействование селебрити, звезд, амбассадоров	средний	5,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите все правильные ответы 9. Искажение информации, фабрикация фактов, манипулятивная семантика, упрощение, стереотипизация, особый способ подачи информации (повторение, дробление, срочность, сенсационность, отсутствие альтернативных источников информации) являются признаками	1) основных манипулятивных технологий в сфере массовой коммуникации 2) манипуляции в СМИ 3) рекламы в СМИ 4) пропагандой в средствах массовой коммуникации 5) связей с общественностью, PR	средний	5,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите все правильные ответы 10. Такие психологические параметры как сила «я», локализация контроля, адекватность самооценки, податливость групповому давлению, критичность восприятия, уровень критичности мышления, способность к самокритике и самоанализу, уровень образования и воспитания влияют на уровень проявления феномена	1) подражания / внушения / заражения 2) моды 3) манипуляции 4) технологии «окна Овертона» 5) пропаганды	средний	5,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1	Укажите все неверные ответы 11. В индустрию моды включены восемь следующих элементов ее распространения:	1) автор моды 2) соавтор моды 3) модельное агентство	средний	5,0

ОПК-7.2		<ul style="list-style-type: none"> 4) демонстраторы и первичные распространители моды 5) структуры локального распространения моды 6) частные ателье и коллекционеры 7) средства массового тиражирования 8) реклама 9) массовая система продаж 		
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите все правильные ответы 12. Черный PR или деятельность, направленная на ухудшение имиджа одушевленного или неодушевленного объекта, обычно маскируется под борьбу:	<ul style="list-style-type: none"> 1) за право на частную собственность 2) за права потребителей 3) за честную конкуренцию 4) за права человека 5) за свободу слова 	средний	5,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите все правильные ответы 13. Анализ подачи информации (одной и той же новости) на разных телевизионных каналах происходит по следующим критериям:	<ul style="list-style-type: none"> 1) автор сюжета? 2) что произошло? 3) что означает данное событие? 4) сколько времени шел сюжет? 5) номер сюжета в программе 6) сколько лайков и комментариев собрал сюжет? 	средний	5,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите все правильные ответы 14. Согласно Э. Роджерсу целевая аудитория по степени реактивности делится на пять типов:	<ul style="list-style-type: none"> 1) лидеры мнений 2) нонконформисты 3) инноваторы 4) ранние принимающие (ранние адапторы) 5) подражатели 6) раннее меньшинство 7) позднее меньшинство 8) новаторы 9) поздние принимающие (поздние адапторы) 	средний	5,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите все правильные ответы 15. Основными механизмами пропаганды являются:	<ul style="list-style-type: none"> 1) игнорирование очевидных фактов и доказательств противника 2) цензура литературных произведений 3) замалчивание и неточное истолкование событий 4) искажение противоположных мнений, фальсификация 5) информационные «вбросы», «утечка информации» 6) частое использование невыгодных сравнений, подкрепленных «объективными фактами», «достоверными секретными материалами», полученными 	средний	5,0

		из «компетентных источников»		
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Установите соответствие 16. Соотнесите виды эмоций и вызывающую их продукцию средств массовой коммуникации:	1) удовольствие, радость 2) страх, тревога А) развлечения Б) фильмы ужасов В) комедии Г) боевики Д) спортивные передачи Е) телеигры Ж) репортажи катастроф, войн	высокий	8,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Укажите все правильные ответы 17. Соотнесите правильно цифры с буквами в проявлении феноменов	1) психологическая защита 2) рекламное воздействие 3) манипуляция общественным мнением А) уход, изгнание, блокировка Б) презентация только выгодных сторон товара / услуги В) смена ритма сообщения, организация искусственных скандалов Г) представление материалов прошлого как настоящих Д) замирание, игнорирование	высокий	8,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Закончите предложение 18. Инструмент тотальной политики, контроль существующей власти за социально-политическими процессами в обществе, а также распространение идеологии для достижения заранее сформулированных правительством целей называется ...		высокий	8,0
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Выберите правильную комбинацию ответов 19. В ходе использования метода ранжирования рекламы критериями анализа выступают: а) запоминаемость рекламного материала + соотношение цены и качества б) запоминание рекламного материала + желание приобрести товар в) желание приобрести товар + эстетику рекламного сообщения г) внимание и интерес к рекламному сообщению + эмоциональное отношение респондента к ролику д) запоминание торгового материала + юмор в рекламе	1) а, в 2) б, в 3) а, б, в 4) б, г 5) а, б	высокий	8,0

<p>ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2</p>	<p><i>Расположите в правильной последовательности</i> 20. Технология «Окно Овертона» описывает модель трансформации идей, норм и ценностей в публичном пространстве и массовой информации. Выберите верную логику трансформации идеи.</p>	<p>А) радикально Б) разумно В) стандартно Г) немыслимо Д) приемлемо Е) действующая норма</p> <p>1 – А, Б, В, Г, Д, Е 2 – Г, А, Д, Б, В, Е 3 – Г, Д, А, Е, Б, В</p>	<p>высокий</p>	<p>8,0</p>
---	--	--	----------------	------------