

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт педагогики и психологии
Кафедра психологии



УТВЕРЖДАЮ

Директор

Института педагогики и психологии

М.В. Рудь

«30» января 2025 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
«Психология влияния»

По направлению подготовки – 37.03.01 Психология

Профиль подготовки – Практическая психология

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения очная

Курс: 4 (8 семестр)

Разработчик

кандидат психологических наук, доцент

Е.И. Барышева

Заведующий кафедрой психологии,

Т.В.Балицкая-Крещенко

«10» января 2025 г.

Луганск, 2025

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины «Психология влияния» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины.

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 37.03.01 Психология, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29 июля 2020 г. № 839, приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26 ноября 2020 г. № 1456 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования».

1.3. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
Универсальные	
УК-3 – способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК – 3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели ИУК – 3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников ИУК – 3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, строит продуктивное взаимодействие с учетом этого. ИУК – 3.4. Осуществляет обмен информацией, знанием и опытом с членами команды, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели ИУК – 3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы, несет личную ответственность за результат
Профессиональные	

ПК-3 – подготовка профессионально-ориентированных команд по оказанию психологической помощи социальным группам и отдельным лицам (клиентам).	<p>ИПК – 3.1. Знает теоретические и прикладные основы подготовки профессионально-ориентированных команд по оказанию психологической помощи социальным группам и отдельным лицам (клиентам).</p> <p>ИПК – 3.2. Знает техники эффективной коммуникации со специалистами и технологии разрешения конфликтов</p> <p>ИПК – 3.3. Умеет эффективно использовать методы активизации социальных, психологических и других ресурсов для подготовки профессионально-ориентированных команд</p> <p>ИПК – 3.4. Умеет консультировать отдельных специалистов, работающих в профессиональной команде; осуществлять эффективную психологическую деятельность по организации взаимодействия специалистов разных профилей</p> <p>ИПК – 3.5. Владеет навыками выявления проблем различного характера в социальной сфере, навыками подготовки специалистов разного профиля для оказания комплексной психологической помощи клиентам</p>
--	---

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Психология влияния как отрасль психологического знания. Значение знаний для профессиональной квалификации педагога.	УК-3	Терминологический словарь
Социальное влияние. Влияние группы на личность. Конформизм. Нонконформизм.	УК-3	Тезисы видеоматериалов
Психологические способы влияния на большие группы людей. Психология толпы	УК-3, ПК-3	Тезисы видеоматериалов. Анализ методов влияния в больших группах.
Психологические способы влияния. Заражение. Внушение. Паника. Слухи. Социальная мода.	ПК-3	Конспектирование дополнительной литературы
Манипуляция, ее особенности и трактовка в науке.	УК-3, ПК-3	Определение манипуляции в средствах воздействия на личность
Психология религиозных сект.	УК-3, ПК-3	Работа с литературой.
Промежуточная аттестация	УК-3, ПК-3	Зачет

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
УК–3 способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>Знает: понятийный аппарат и основные подходы к пониманию явлений влияния и воздействия; методы изучения и дифференциацию форм влияния; определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; учитывает особенности поведения других участников взаимодействия; особенности манипулятивных технологий и способы распознавания и противодействия им;</p> <p>Умеет: анализировать возможные последствия личных действий и действий других субъектов в социальном взаимодействии и командной работе, строит продуктивное взаимодействие с учетом знаний, полученных по дисциплине «Психология влияния»; анализировать и прогнозировать развитие социальной ситуации; правильно оценивать условия социальной среды, которые способствуют или препятствуют развитию ситуации воздействия на сознание личности;</p> <p>Владеет навыками: технологиями и процедурами оказания психологической помощи; методологией организации и проведения определения влияния на личность и группу; осуществляет обмен информацией, знанием и опытом с членами команды, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; методами оценки факторов воздействия и состояний личности.</p>
ПК–3 подготовка профессионально-ориентированных команд по оказанию психологической помощи социальным группам и отдельным лицам (клиентам)	<p>Знает: теоретические и прикладные основы подготовки профессионально-ориентированных команд по оказанию психологической помощи социальным группам и отдельным лицам (клиентам) в условиях социального влияния; приемы противодействия деструктивному влиянию; технологию и основные схемы построения тренинговых программ по психологии влияния;</p> <p>Умеет: планировать психологические мероприятия коррекции деструктивного влияния на личность и группы; прогнозировать изменения и динамику развития социальных ситуаций, массовых реакций, определять особенности формирования толп, массовидных образований, деструктивных групп; проводить мероприятия противодействия и понимания воздействия и влияния;</p> <p>Умеет эффективно использовать методы активизации социальных, психологических и других ресурсов для подготовки профессионально-ориентированных команд для противодействия деструктивному влиянию на личность;</p> <p>Владеет навыками: диагностики состояний личности и общественных настроений, диагностики внушаемости личности, критического мышления, базовых убеждений с целью понимания закономерностей влияния на личность; выявления проблем различного характера в социальной сфере, навыками подготовки специалистов разного профиля для оказания комплексной психологической помощи клиентам</p>

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов
Решение психологических задач	10
Изучение дополнительной литературы	15
Конспект-схемы по основным темам курса	15
Практические занятия	30
Анализ рекламных материалов, видеоряда	15

Контрольная работа/собеседование	15
Итого за семестр:	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбал- льная система оценивания экзамена	100- балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100- балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетво- рительно	63–74	Д – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетво- рительно	50–62	Е – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетво-	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое	

нительно		содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	Г – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

1. Психология влияния как отрасль психологического знания.
2. Установка как фактор готовности к влиянию.
3. Функции и разновидности установки.
4. Структурные компоненты установки.
5. Убеждение. Способы убеждения.
6. Составляющие убеждения.
7. Методы убеждения.
8. Заражение. Факторы, влияющие на эффект заражения.
9. Паника. Причины паники.
10. Личностные особенности людей, поддающихся панике.
11. Особенности поведения людей, поддающихся панике. 1
12. Профилактические меры по предотвращению появления паники в социальных группах.
13. Внушение, содержание явления.
14. Методы реализации внушения.
15. Доверие как необходимый элемент суггестии.
16. Различные виды суггестивных влияний.
17. Подражание. Разновидности подражания.
18. Мода как социальное явление.
19. Мода как совокупность противоречивых тенденций.
20. Слухи. Сущность явления.
21. Характеристики и виды слухов.
22. Массовые общности. Психология толпы.
23. Виды толп.

24. Структура и исследования толпы.
25. Условия возникновения толпы.
26. Главные характеристики толпы.
27. Факторы, влияющие на поведение толпы.
28. Лидеры толпы, их особенности.
29. Контроль поведения толпы.
30. Манипуляция; определение понятия и суть явления.
31. Выделение признаков явления манипуляции исследователями.
32. Исследования Э. Шостромма.
33. Манипулятивные технологии. Основные составляющие манипулятивного воздействия.
34. Психология религиозных сект. Определение понятия секта и деструктивный культ.
35. Причины возникновения сектантства.
36. Классификация сект.
37. Социально-психологический состав сектантства.
38. Нравственно-эстетические основы психологии сектантства.
39. Психологическое воздействие на сектантов.
40. Группы риска попадания в секту.
41. Особенности лиц, становящихся аддептами.
42. Техники вербовки в деструктивных культах.
43. Способы воздействия и поддержания верности новообращенных.
44. Психодеструктивные образования, их особенности.
45. Психологические особенности личностей, попадающих под воздействие психодеструктивных групп.
46. Влияние средств массовой информации на сознание личности.
47. Факторы влияния телевидения.
48. Факторы влияния и подачи информации в печатных источниках.
49. Особенности рекламного воздействия в глянцевых журналах.
50. Особенности рекламного воздействия внешней рекламы.
51. Реклама в транспорте, на радио.
52. Способы распространения рекламы.
53. Реклама как средство психологического воздействия.
54. Использование механизмов и способов влияния в рекламе.
55. Реклама как социально-психологическая установка. Содержание и направленность воздействий.
56. Модели контроля сознания. Тактики вербовки.
57. Признаки вербовщика.
58. Основные модели контроля сознания.
59. Качества и свойства руководителей тоталитарных групп.
60. Универсальные идеи, выдвигаемые тоталитарными группами.
61. Стадии завладения сознанием личности.
62. Психологическое зомбирование в постиндустриальном информационном обществе.

63. Специфика современной социальной ситуации существования человека.
64. Нейрофизиологические основы психопрограммирования.
65. Классификации и основные способы зомби-программ.
66. Принципы организации деятельности специалистов в области терапевтического депрограммирования.
67. Развитие критического мышления детей и подростков.
68. Информационные угрозы современного мира.
69. Особенности влияния Интернет-пространства.
70. Средства коммуникации и способы воздействия в Интернет-пространстве.
71. Психология влияния как отрасль психологического знания.
72. Установка как фактор готовности к влиянию.
73. Функции и разновидности установки.
74. Структурные компоненты установки.
75. Убеждение. Способы убеждения.
76. Составляющие убеждения.
77. Методы убеждения.
78. Заражение. Факторы, влияющие на эффект заражения.
79. Паника. Причины паники.
80. Личностные особенности людей, поддающихся панике.
81. Особенности поведения людей, поддающихся панике. 1
82. Профилактические меры по предотвращению появления паники в социальных группах.
83. Внушение, содержание явления.
84. Методы реализации внушения.
85. Доверие как необходимый элемент суггестии.
86. Различные виды суггестивных влияний.
87. Подражание. Разновидности подражания.
88. Мода как социальное явление.
89. Мода как совокупность противоречивых тенденций.
90. Слухи. Сущность явления.
91. Характеристики и виды слухов.
92. Массовые общности. Психология толпы.
93. Виды толп.
94. Структура и исследования толпы.
95. Условия возникновения толпы.
96. Главные характеристики толпы.
97. Факторы, влияющие на поведение толпы.
98. Лидеры толпы, их особенности.
99. Контроль поведения толпы.
100. Манипуляция; определение понятия и суть явления.
101. Выделение признаков явления манипуляции исследователями.
102. Исследования Э. Шостромма.

103. Манипулятивные технологии. Основные составляющие манипулятивного воздействия.
104. Психология религиозных сект. Определение понятия секта и деструктивный культ.
105. Причины возникновения сектантства.
106. Классификация сект.
107. Социально-психологический состав сектантства.
108. Нравственно-эстетические основы психологии сектантства.
109. Психологическое воздействие на сектантов.
110. Группы риска попадания в секту.
111. Особенности лиц, становящихся адептами.
112. Техники вербовки в деструктивных культах.
113. Способы воздействия и поддержания верности новообращенных.
114. Психодеструктивные образования, их особенности.
115. Психологические особенности личностей, попадающих под воздействие психодеструктивных групп.
116. Влияние средств массовой информации на сознание личности.
117. Факторы влияния телевидения.
118. Факторы влияния и подачи информации в печатных источниках.
119. Особенности рекламного воздействия в глянцевах журналах.
120. Особенности рекламного воздействия внешней рекламы.
121. Реклама в транспорте, на радио.
122. Способы распространения рекламы.
123. Реклама как средство психологического воздействия.
124. Использование механизмов и способов влияния в рекламе.
125. Реклама как социально-психологическая установка. Содержание и направленность воздействий.
126. Модели контроля сознания. Тактики вербовки.
127. Признаки вербовщика.
128. Основные модели контроля сознания.
129. Качества и свойства руководителей тоталитарных групп.
130. Универсальные идеи, выдвигаемые тоталитарными группами.
131. Стадии завладения сознанием личности.
132. Психологическое зомбирование в постиндустриальном информационном обществе.
133. Специфика современной социальной ситуации существования человека.
134. Нейрофизиологические основы психопрограммирования.
135. Классификации и основные способы зомби-программ.
136. Принципы организации деятельности специалистов в области терапевтического депрограммирования.
137. Развитие критического мышления детей и подростков.
138. Информационные угрозы современного мира.
139. Особенности влияния Интернет-пространства.

140. Средства коммуникации и способы воздействия в Интернет-пространстве.