*Разработчик:* Ружьина Т.А., зав. отделением, преподаватель дисциплин

профессионального цикла ГБПОУ «СОУКИ»

*Дисциплина:*

*Тема:*

*Комментарии*: Четыре подзадания фактически исчерпывают источник. Поэтому предлагается использовать задание как конструктор: давать обучающимся задания по одному, или группируя их 1БВ и 2, 1А и 3.

Среди специалистов, а также менеджеров среднего и высшего звена LinkedIn (социальная сеть для установления деловых связей и расширения профессиональных контактов) был проведен социологический опрос о воздействии музыки на продуктивность и производительность труда. 71% участников заявили, что ощущают положительное воздействие музыки. По итогам опроса была оформлена инфографика, в которой отражены предпочитаемые направления, стили и жанры музыки в той или иной обстановке.

Внимательно рассмотрите инфографику «Музыка как инструмент эффективности», оформленную по результатам опроса сотрудников LinkedIn.

1. Ответьте на вопросы

А) С какой целью сотрудники LinkedIn чаще всего слушают музыку?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Б) Какова доля опрошенных, слушающих музыку от 2 до 4 часов в день?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

В) Перечислите музыкальные жанры, которые сотрудники LinkedIn не слушают:

* на работе \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* дома \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* в машине \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. Заполните схему «Где слушают музыку?», расположив объекты в порядке возрастания.

3. Дополните таблицу «Популярные музыкальные жанры»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Популярные жанры | % опрошенных людей | | |
| дома | на работе | в машине |
| классика | 27 |  | 23 |
|  |  | 39 | 61 |
| поп | 44 |  |  |
|  |  | - | 21 |
| ретро |  | 22 | - |
|  | 25 |  |  |
| хеви металл |  |  |  |



*Источник: Сайт «Конструктор успеха* [*http://constructorus.ru/zdorovie/vliyanie-muzyki-na-cheloveka.html*](http://constructorus.ru/zdorovie/vliyanie-muzyki-na-cheloveka.html) *(дата обращения 18.10.2016 г.)*

Инструмент проверки:

1.

А) с целью создания фона / в качестве фона.

Б) 29%.

В):

* джаз;
* ретро, хеви металл;
* ретро, лаунж.

2.

в спортзале

на улице, в транспорте

в офисе

Дома

в машине

3. «Популярные музыкальные жанры»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Популярные жанры | % опрошенных людей | | |
| дома | на работе | в машине |
| классика | 27 | 42 | 23 |
| рок | 46 | 39 | 61 |
| поп | 44 | 36 | 49 |
| джаз | 25 | - | 21 |
| ретро | - | 22 | - |
| лаунж | 25 | 29 | - |
| хеви металл | - | - | 20 |

|  |  |
| --- | --- |
| За каждый верный ответ на вопросы по заданию 1 | 1 балла |
| *Максимально* | *5 баллов* |
| За каждый верно заполненный объект в графической таблице по заданию 2 | 1 балл |
| *Максимально* | *5 баллов* |
| За каждую верно заполненную строку по заданию 3 | 1 балл |
| *Максимально* | *14 баллов* |
| ***Максимальный балл*** | ***24 балла*** |