

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт философии
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Директор  Скляр П. П.

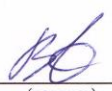
« 13 »  20 25 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Информация в медиакоммуникациях»

42.03.02 Журналистика

«Универсальная журналистика»

Разработчик:
профессор  Даренский В. Ю.
(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры журналистики
от « 05 » марта 20 25 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой  Фесенко Ю. П.
(подпись)

Луганск 2025 г.

**Паспорт
фонда оценочных средств по учебной дисциплине
«Информация в медиакоммуникациях»**

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в
результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/п	Код контроли руемой компетен ции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирован ия (семестр изучения)
1	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;	Тема 1. Современные медиасистемы Тема 2. Роль информационного фактора в процессах глобализации и европейской интеграции Тема 3. Международные стандарты информационного права Тема 4. Медиainдустрия и массовая культура Тема 5. Новые технологии и медиа Тема 6. Особенности воздействия на аудиторию посредством СМИ Тема 7. Современные тенденции развития журналистики в медиакоммуникациях Тема 8. Методы и навыки сбора и обработки информации	3
	УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	Тема 1. Современные медиасистемы Тема 2. Роль информационного фактора в процессах глобализации и европейской интеграции Тема 3. Международные стандарты информационного права Тема 4. Медиainдустрия и массовая культура Тема 5. Новые технологии и медиа Тема 6. Особенности воздействия на аудиторию	

			посредством СМИ	
			Тема 7. Современные тенденции развития журналистики в медиокоммуникациях	
			Тема 8. Методы и навыки сбора и обработки информации	

**Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Показатель оценивания (знания, умения, навыки)	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	УК-1	знать: механизмы и причины массификации личности; сущность, виды, методы и технологии влияния на массы, приемы манипулирования массовым сознанием и способы их использования в СМИ; сущность и типологию эффектов в массовой коммуникации, а также ориентироваться в периодизации истории массовой коммуникации; уметь: правильно осуществлять сравнительный анализ теорий (моделей) массовой коммуникации, теорий информации, определять субъектов процесса массового общения, типа коммуникантов, их цели, задачи, функции, а также самостоятельно находить источники и литературу, правильно использовать полученные знания на практике, обобщать материалы, грамотно формулировать и излагать свои мысли и выводы устно и письменно. владеть: навыками анализа коммуникационных технологий, используемых в разных видах СМИ, последующей классификации источников информации и корректного исследования их результатов, а также опытом работы в качестве исследователей, рецензентов, докладчиков.	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6 Тема 7. Тема 8.	Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям, курсовая работа, контрольные работы.
2	УК-10	знать: механизмы и причины массификации личности; сущность, виды, методы и технологии влияния на массы, приемы манипулирования массовым сознанием и способы их использования в СМИ; сущность и типологию эффектов в массовой коммуникации, а также ориентироваться в периодизации истории массовой коммуникации;	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6 Тема 7. Тема 8.	Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям, курсовая работа, контрольные

		уметь: правильно осуществлять сравнительный анализ теорий (моделей) массовой коммуникации, теорий информации, определять субъектов процесса массового общения, типа коммуникантов, их цели, задачи, функции, а также самостоятельно находить источники и литературу, правильно использовать полученные знания на практике, обобщать материалы, грамотно формулировать и излагать свои мысли и выводы устно и письменно. владеть: навыками анализа коммуникационных технологий, используемых в разных видах СМИ, последующей классификации источников информации и корректного исследования их результатов, а также опытом работы в качестве исследователей, рецензентов, докладчиков.		работы.
--	--	---	--	---------

Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям

1. Коммуникации в информационном обществе.
2. Семиотический аспект теории социальных коммуникаций
3. Вертикальные и горизонтальные коммуникации в группе
4. Массовая коммуникация. Моделирование массовой коммуникации.
5. Основы невербальной коммуникации. Роль невербальных коммуникаций в деловом общении
6. Манипулятивные технологии в системах массовой коммуникации
7. Пресс-службы и СМИ: проблемы взаимоотношений.
8. Деловая коммуникация
9. Формы коммуникаций во внутриорганизационной среде.
10. Формирование эффективной PR-коммуникации в малом предпринимательстве в условиях финансового кризиса.
11. Модульные технологии в информационно-коммуникативном обеспечении PR проектов.
12. Рекламные коммуникации
13. Социально - экономические особенности нового информационного пространства сети интернет. Роль социальных сетей.
14. Информационные войны: история и современность
15. Теория аргументации и тактика переговорных отношений
16. Аудитория как субъект теории коммуникации в XXI веке
17. Вертикальные и горизонтальные коммуникации в группе.
18. Внутригрупповое взаимодействие как социальный процесс.
19. Дигитальная коммуникация: эволюция парадигм коммуникационного процесса.
20. Жаргон как способ социальной коммуникации и организации социальной иерархии.
21. Игровые формы коммуникации: история и современная культура.
22. Имидж в массовой коммуникации.
23. Интернет-коммуникация в XXI веке: технологические и коммуникационные трансформации
24. Интернет-коммуникация как новый объект теории социальной коммуникации
25. Информатизация и виртуализация.
26. Информационные войны: история и современность.
27. Коммуникационный процесс и мобильная коммуникация
28. Коммуникативные аспекты организации избирательных кампаний.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Контрольные вопросы»

Шкала оценивания	Критерий оценивания
------------------	---------------------

(интервал баллов)	
5	Ответ на вопрос представлен на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Ответ на вопрос представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Ответ на вопрос представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Ответ на вопрос представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Курсовые работы

1. Особенности массовых коммуникаций в эпоху новых технологий.
2. Современное медийное пространство.
3. Система средств массовой информации.
4. Специфика редакторской деятельности.
5. Медиапродукт как результат функционирования медиасистемы.
6. Факт как составляющая коммуникативного процесса.
7. Жанр и формат медиапродукта.
8. Специфика подготовки и редактирования текстов информационных жанров.
9. Специфика подготовки и редактирования текстов аналитических жанров.
10. Специфика подготовки и редактирования текстов художественно-публицистических жанров.
11. Сторителлинг в эпоху мультимедиа.
12. Мультимедийный лонгрид в системе коммуникации.
13. Рерайт как новое явление в журналистике и вторичный медиапродукт.
14. Инструменты создания медиапродукта.
15. Блогинг как новая технология коммуникации.
16. Редакторский анализ как этап создания медиапродукта.
17. Виды редактирования медиапродукта.
18. Психологические основы редактирования.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «курсовая работа»

Шкала оценивания (интервал)	Критерий оценивания
-----------------------------	---------------------

баллов)	
5	Курсовая работа представлена на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Курсовая работа представлена на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Курсовая работа представлена на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Курсовая работа представлена на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Контрольная работа

Примерные вопросы оценочного средства «Контрольная работа»

1. Понятие информации в массовой коммуникации и смежных науках.
2. Подходы к определению понятия «информация» в журналистике.
3. Информативность журналистского текста.
4. Аспекты адекватности информации.
5. Формы массовой информации (по Г.В. Лазутиной)
6. Стандарты качества информации.
7. СМИ как предприятие.
8. Связи с общественностью в редакционной структуре: структура и организация, функции и принципы.
9. Типичная структура организации газеты. Функции сотрудников редакции.
10. Круг обязанностей журналиста.
11. Круг обязанностей редактора.
12. Редакционно-издательский и полиграфический процессы.
13. Методика подготовки к созданию медиатекста.
14. Подготовка материалов в газету.
15. Общие методы журналистского творчества.
16. Своеобразие творчества редактора.
17. Анализ текста и практика редактирования.
18. Жанр в теории и практике журналистики.
19. Информационные жанры.
20. Аналитические жанры.
21. Художественно-публицистические жанры.
22. Основные правила подготовки материалов.
23. Основные правила оформления материалов.
24. Переписывание и дописывание: общее и различное.
25. Материалы простого типа (болезнь, смерть, похороны, пожары и другие факты, привлекающие внимание, сезонные материалы).

26. Новостные каналы.
27. Досье.
28. Материалы комплексного типа.
29. Материалы специального типа.
30. Лид: функции, виды.
31. Основные правила построения материала.
32. Принципы построения заголовка. Типы заголовков.
33. Подзаголовок и особенности его оформления и применения.
34. Врез.
35. Рубрика.
36. Иллюстрации. Подписи к иллюстрациям (формы, виды, особенности).
37. Редакционные материалы и материалы для специальных колонок.
38. Публикации, подготовленные на основе документов.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству контрольная работа

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Оценочные средства для промежуточной аттестации «экзамен»

Вопросы к экзамену

1. Массовая коммуникация: определение понятия, содержание.
2. Функции массовой коммуникации.
3. Два уровня массовой коммуникации.
4. Стандартная модель коммуникации.
5. Понятие информационного поля. Его составляющие.
6. Коммуникативный процесс, его составляющие.
7. Коммуникатор и коммуникант как участники процесса коммуникации.
8. Профессиональные и социальные аспекты коммуникации.
9. Индустрия массовой коммуникации.
10. Вербальная и невербальная коммуникация.
11. Средства массовой информации как составляющая коммуникативных процессов.
12. Методы исследования массовой коммуникации.
13. Пресс-конференция как коммуникативный процесс.
14. Факторы массовой коммуникации (личностный, ситуативный, инструментально-технологический).

- 15.Дебаты как коммуникативный процесс.
- 16.Реклама как вид коммуникации.
- 17.ПР как вид коммуникации.
- 18.Коммуникативный процесс и его составляющие.
19. Выборы как модель коммуникативной кампании.
- 20.Обозначить роль аудитории в планировании кампании.
- 21.Основные особенности коммуникативных кампаний для различных сегментов общества.
- 22.Массовое влияние как коммуникативный процесс.
- 23.Виды массовокоммуникативного влияния (заражение, суггестия, манипуляция).
- 24.Виды массовокоммуникативных технологий (медийные, рекламные и др.).
- 25.Методы коммуникативного влияния (убеждения, наклеивания ярлыков и др.)
- 26.Параметры коммуникативной личности (мотивационный, когнитивный, функциональный).
- 27.Параметры описания языковой личности (вербально-семантический, когнитивный, коммуникативный).
- 28.Социологические параметры описания коммуникативной личности.
- 29.Коммуникативные дискурсы (бытовой, деловой, научный, газетно-публицистичный и т.д.).
- 30.Понятие дискурса (ритуальный, теле-радиодискурс, этикетный дискурс, сказочный и т.д.)
- 31.Особенности гендерного дискурса.
- 32.Особенности религиозной коммуникации.
- 33.Особенности деловой коммуникации.

В экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются результаты по шкале оценивания, приведенной в таблице.

отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и

	категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Информация в медиакоммуникациях» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки *42.03.02 Журналистика*

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки магистров по указанному направлению.

Председатель учебно-методической комиссии
института философии



С. А. Пидченко