

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Луганский государственный университет  
имени Владимира Даля»

Институт философии  
Кафедра русского языка и культуры речи

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института философии  
П. П. Скляр  
(подпись)  
04 2023 года



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по учебной дисциплине

**Основы медиакоммуникации**

(наименование учебной дисциплины, практики)

**42.03.05 Медиакоммуникации**

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Общий»

(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик: *Лихачёва Е.М.*  
доцент Лихачёва Е.М.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры русского языка и культуры речи  
от «*17*» *04* 20*23* г., протокол № *9*

Заведующий кафедрой русского языка  
и культуры речи \_\_\_\_\_  
(подпись) *Нередкова С.С.*

Луганск 2023 г.

Паспорт  
фонда оценочных средств по учебной дисциплине  
«Основы медиакоммуникации»

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

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Контролируемые темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации. УК-1.2. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.	Тема 1. Медиакоммуникации и их роль в современном мире	1
				Тема 2. Информационные потоки в медиакоммуникациях	1
				Тема 3. Формирование моделей информационного общества и выбор пути (Россия, Китай, Индия, Евросоюз, США, Канада, страны Юго-Восточной Азии, страны арабского мира)	1
				Тема 4. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций	1
				Тема 5. Особенности распространения информационного влияния в современном мире и возможности техники воздействия	1
				Тема 6. Теории влияния медиакоммуникации	1

				й в рамках концепции массового общества	
				Тема 7. Концепция массового общества и теории влияния массмедиа	1

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

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	УК-1	<p>УК-1.1. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.</p> <p>УК-1.2. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.</p>	<p>Знать: способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи</p> <p>Уметь: выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи</p> <p>Владеть: навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной</p>	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7	Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), тесты, рефераты, контрольные работы, творческие задания

		задачи		
--	--	--------	--	--

**Фонды оценочных средств  
по дисциплине «Основы медиакультуры»**

**Вопросы для обсуждения на практических и семинарских занятиях  
(в виде докладов и сообщений)**

1. Попробуйте дать не менее 10 собственных определений такого явления, как коммуникация. С чем именно для Вас ассоциируется это слово?
2. Выделите ключевые слова-темы в определениях коммуникации.
3. Резюме-итог. Составьте общий портрет явления в его многообразии. Назовите главные аспекты.
4. Охарактеризуйте социокультурные различия различных групп аудитории, которые необходимо учитывать в процессе коммуникации.
5. Определите взаимоотношение понятий «коммуникация» и «конфликт». Как коммуникация помогает разрешать конфликты в творческих коллективах?
6. Найдите примеры ситуаций, в которых специалист по коммуникациям должен гибко адаптироваться к различным профессиональным ситуациям, проявлять, инициативу и настойчивость в достижении целей профессиональной деятельности.
7. Определите объект и предмет в научном познании:
  - что определяется объектом (любой) науки?
  - что определяется предметом (любой) науки?
 Приведите примеры наук, где объектом и предметом (каким именно?) выступает человек; где объектом и предметом (каким именно?) выступает природа; где объектом и предметом (каким именно?) выступает общество; где объектом и предметом (каким именно?) выступает техника. Объясните соотношение объекта и предмета для всех этих случаев.
8. Приведите науки о коммуникациях в отечественном и зарубежном наукознании.
9. Определите объект и предмет теории коммуникации. Ядро теории (core theory) коммуникации по Стивену Литтлджону. Концептуальное ядро коммуникативистики по А.В. Резаеву, А.В. Соколову.
10. Охарактеризуйте теорию коммуникации как комплексную и интегральную научную дисциплину. В чем заключается предметный плюрализм современной науки о коммуникации?
11. Определите соотношение теории коммуникации и философии, семиотики, психологии, лингвистики, социологии, кибернетики, риторики. Обратите внимание на ключевые понятия (категории) каждой научной области, востребованные теорией коммуникации.
12. Что такое методология науки? Назовите и охарактеризуйте основные методологические подходы к изучению социальной коммуникации. Назовите

и кратко охарактеризуйте общенаучные и специальные методы изучения коммуникации в теории медиакоммуникации.

13. Какие функции выполняет теория медиакоммуникации?

14. Категориальный аппарат теории медиакоммуникации:

- коммуникация,
- медиа
- общение,
- речевая деятельность,
- интеракция,
- социальная перцепция,
- информация,
- знак, знаковая система (язык),
- коммуникативное пространство,
- коммуникативное время,
- коммуникатор, коммуникант.

15. Законы и условия коммуникации.

16. Определите понятие научной парадигмы (по Т. Куну).

17. Полипарадигмальность в исследовании социальной коммуникации. 7 основных традиций в изучении коммуникации (по Р. Крейгу). Естественнонаучные и гуманитарные метапарадигмы в исследовании коммуникации. Американские и европейские научные традиции.

18. Логика эволюции и сменяемости парадигм: преемственность трех типов рациональности – классической, неклассической и постнеклассической.

19. Охарактеризуйте процессно-информационный подход к коммуникации: общая характеристика, ключевые категории.

20. Охарактеризуйте интеракционные и трансакционные модели коммуникации: общая характеристика.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «доклад, сообщение»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) 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	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

## Вопросы к контрольным работам

1. Определите понимание информации в различных науках: философия, кибернетика, теория социальной коммуникации.
2. Виды информации.
3. Социальная информация, ее виды.
4. Уровни манифестации информации в социальной коммуникации.
5. Информационная деятельность человека.
6. Качества информации.
7. Теория информационного общества. Преимущества и проблемы информационного общества.
8. Проблема информационной безопасности человека и общества.
9. Информационная война, ее разновидности.
10. Охарактеризуйте коммуникацию как процесс. Активность/деятельность. Импульсивная/волевая коммуникация. Схема волевой коммуникации. Схема импульсивной коммуникации.
11. Коммуникация как структура. Характеристика элементов коммуникативной структуры: субъекты, интенция/цель, сообщение, канал, средства, контекст, барьеры, эффекты. Модель барьеров (фильтров) Ю. Воронцова и М. Лауристин.
12. Типологический анализ коммуникации. Для анализа по схемам предлагается:
  - рекламное сообщение,
  - поэтическое произведение,
  - политический текст (листовка-воззвание),
  - научный текст,
  - газетная заметка-информация.
13. Функции коммуникации. Функциональная модель Р. Якобсона.
14. Функциональный анализ коммуникативного акта.
15. Охарактеризуйте Г. Лассуэлла как исследователь политической коммуникации, «основатель изучения пропаганды».
16. Вклад В. Шрамма в коммуникативистику. Циркулярная модель коммуникации Ч. Осгуда-В. Шрамма.
17. Г. Маклюэн: вклад в изучение массовой коммуникации.
18. Опишите биологические корни человеческой коммуникации. Зоокоммуникация как предпосылка социальной коммуникации. Язык животных и язык человека: общее и различное.
19. Гипотезы о происхождении человеческого языка (проблема глоттогенеза):
  - звукоподражательная (ономатопоэтическая) теория;
  - междометная теория;
  - теория инстинктивных трудовых выкриков;
  - сакральная теория (теория божественного происхождения);
  - теория социального договора (конвенциональная теория) и др.
20. Исторические вехи в развитии социальной коммуникации (коммуникативные революции):

## 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%)

### Творческие задания

#### Список тем для творческой работы

1. Проанализируйте роль мессенджера Telegram в структуре современных медиа.
2. Определите характеристики массовой коммуникации на примере издания «Московский комсомолец».
3. Типологизируйте медиаресурс «РИА Новости».
4. Изучите подшивку журнала «Вестник Московского университета», серия «Журналистика» за последнее полугодие на предмет преобладающей тематики. Сделайте выводы.
5. Определите телевизионные медиапродукты, подготовленные с учетом социокультурных различий между разными аудиторными группами и ориентированные на специалистов с высшим образованием и служащих.
6. Определите телевизионные медиапродукты, подготовленные с учетом социокультурных различий между разными аудиторными группами и ориентированные на учащихся и студентов.
7. Определите телевизионные медиапродукты, подготовленные с учетом социокультурных различий между разными аудиторными группами и ориентированные на пенсионеров.
8. Определите телевизионные медиапродукты, подготовленные с учетом социокультурных различий между разными аудиторными группами и ориентированные на домохозяек.
9. Изучите существующие этические кодексы в медиасфере. Сделайте выводы о практическом применении положений документов.
10. Определите внешних «привратников» и характер их влияния на примере газеты «Алтайская правда».
11. Проанализируйте критерии отбора событий в качестве новостей на примере сайта [amc.ru](http://amc.ru).
12. Определите социокультурный портрет аудитории телепередачи (на выбор).
13. Проанализируйте использование лидеров общественного мнения в процессах массовой коммуникации на примере пенсионной реформы РФ.

14. Перечислите наиболее конфликтогенные группы в практике медиакommunikации. Какими технологиями адаптации к данным профессиональным ситуациям, использования творческого подхода, инициативы и настойчивости для решения социальных и профессиональных задач вы воспользуетесь.
15. Найдите примеры дисфункций СМИ в медиатекстах.
16. Проанализируйте освещение в СМИ концепта «успех». Сделайте выводы по итогам наблюдения.
17. Проанализируйте освещение в СМИ концепта «бедность». Сделайте выводы по итогам наблюдения.
18. Проанализируйте освещение в СМИ концепта «старость». Сделайте выводы по итогам наблюдения.
19. Проведите нарративный анализ медиатекстов массовой культуры, посвященных Павлу Груднину.
20. Опишите тематику, структуру формата ток-шоу, которое нацелено на аудиторию специалистов с высшим образованием и служащих.
21. Опишите тематику, структуру формата реалити-шоу, которое нацелено на аудиторию специалистов с высшим образованием и служащих.
22. Сопоставьте концепции информационного общества Ф. Уэбстера и «глобальной деревни» М.Маклюена.
23. Проанализируйте структуру регионального киберпространства.
24. На основе информации из открытых источников проанализируйте публичные конфликты в сфере медиакommunikаций. Найдите по 2-3 примера следующих типов конфликтов: межличностные, межгрупповые, между личностью и группой. Предложите рекомендации по разрешению.
25. Спрогнозируйте возможные конфликты внутри команды телепроекта (на выбор). Предложите рекомендации по разрешению.

#### Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «творческое задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Творческое задание представлено на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Оформлено в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
4	Творческое задание представлено на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении допущены некоторые неточности в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
3	Творческое задание представлено на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
2	Творческое задание представлено на неудовлетворительном



	уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)
--	--

### Темы рефератов

1. Макросоциологические теории социальной коммуникации: Т. Парсонс, Н. Луман, Ю. Хабермас.
2. Структурализм и постструктурализм о сущности коммуникации.
3. Постмодернистские представления о коммуникации.
4. Проблема взаимодействия СМИ и общества. «Четыре теории прессы» (Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон).
5. Теория для медиа периода развития.
6. Теория демократического участия.
7. Нормативная модель Д. Макуэйла.
8. Проблема реализации нормативных принципов в практической деятельности СМИ.
9. Понятие гейткипинга (К. Левин).
10. Факторы, влияющие на процесс гейткипинга в сфере медиа.
11. Внутренний и внешний гейткипинг.
12. Специфика гейткипинга в печатных, электронных и сетевых медиа.
13. Внешние «привратники» (правительство, источник информации, рекламодатель, потребитель, группы давления).
14. Понятие новостной ценности (У. Липпман).
15. Особенности социального взаимодействия и динамики конфликтов в творческих коллективах в практике медиакommunikаций.

### Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «реферат»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Реферат 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.). Оформлен в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
4	Реферат представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.). В оформлении допущены некоторые неточности в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
3	Реферат представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.). В оформлении допущены ошибки в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
2	Реферат представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

## Тесты

Выберите один правильный, на ваш взгляд, из ниже предложенных ответов к вопросам.

1. Однонаправленная передача информации от организатора общения на получателя

информации - это ... коммуникативная форма

- а) монологическая
- б) диалогическая
- в) полилогическая

2. Нормативная функция коммуникации - это ...

- а) процесс обмена информацией
- б) взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения
- в) процесс обмена духовными ценностями
- г) процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании
- д) обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками;

3. Реклама - это форма ... коммуникации

- а) познавательной
- б) убеждающей
- в) экспрессивной
- г) суггестивной
- д) ритуальной;

4. Коммуникация - это ...

а) специфический обмен информацией, в результате которого происходит процесс

передачи информации интеллектуального и эмоционального содержания от отправителя к

получателю,

б) сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от

формы их представления

в) поиск, получение и потребление информации пользователем

5. Аксиологическая функция коммуникации - это ...

- а) процесс обмена информацией
- б) взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения
- в) процесс обмена духовными ценностями
- г) процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании
- д) обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками;

7. Форма коммуникационной деятельности, для которой характерно

заимствование

образцов поведения, стилей общения, образа жизни одних членов общества другими

а) общение

б) управление

в) подражание;

7. Горизонтальная коммуникация - это коммуникация ...

а) между людьми, стоящими на различных ступеньках социальной иерархии,

б) между лицами одинакового статуса или уровня в социальной иерархии,

в) которая реализуется посредством устных и письменных коммуникационных каналов

между современниками,

г) которая реализуется посредством передачи информации духовного содержания от

поколения к поколению;

8. Синхроническая коммуникация - это коммуникация ...

а) между людьми, стоящими на различных ступеньках социальной иерархии;

б) между лицами одинакового статуса или уровня в социальной иерархии;

в) которая реализуется посредством устных и письменных коммуникационных каналов

между современниками;

г) которая реализуется посредством передачи информации духовного содержания от

поколения к поколению;

9. Функция социализации деловой коммуникации заключается в ...

а) объединении деловых партнеров;

б) передаче конкретных способов деятельности;

в) регламентации поведения и деятельности;

г) развитию навыков культуры делового общения;

10. Интерактивная функция коммуникации - это ..

- процесс обмена информацией

- взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения

- процесс обмена духовными ценностями

- процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании

- обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками

11. Вид коммуникации, для которого характерно распространение информации и её

влияние на общество посредством печати, телевидения, радио, кино и т.д.

- межличностная

- групповая

- массовая

12. Сообщение - это ...

- содержание информации и среда

- содержание информации и личность

- содержание информации, среда и личность

- содержание информации

13. Коммуникативная форма передачи информации, субъекты общения которой

взаимодействуют и взаимно активны

-монологическая

-диалогическая

-полилогическая

14. Цель экспрессивной коммуникации

-расширить информационный фонд партнера, передать необходимую информацию,

прокомментировать инновационные сведения

вызвать у делового партнера определенные чувства и сформировать ценностные

ориентации и установки;

- убедить в правомерности стратегий взаимодействия; сделать своим единомышленником

-сформировать у партнера психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания,

побудить к необходимому действию

-оказать внушающее воздействие на делового партнера для изменения мотивации,

ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения

-сохранять ритуальные традиции фирмы, предприятия, создавать новые

15. Интерактивная сторона межличностной коммуникации заключается в ...

-обмене информацией между партнерами по общению, передаче и приему мнений и

чувств

-обмене действиями между взаимодействующими сторонами

-процессе восприятия и понимания людьми друг друга, формирование - определенных

межличностных отношений

16. Цель ритуальной коммуникации

-расширить информационный фонд партнера, передать необходимую информацию,

прокомментировать инновационные сведения

вызвать у делового партнера определенные чувства и сформировать ценностные

ориентации и установки;

-убедить в правомерности стратегий взаимодействия;

-сделать своим единомышленником

-сформировать у партнера психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания,

побудить к необходимому действию

-оказать внушающее воздействие на делового партнера для изменения мотивации,

ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения

-сохранять ритуальные традиции фирмы, предприятия, создавать новые

17. Вид коммуникации, для которого характерны процесс межличностного влияния,

стимулирования группы, нацеливания её на выполнение задач

-межличностная

-групповая

-массовая

18. Функция социального контроля деловой коммуникации заключается в ...

-объединении деловых партнеров

-передаче конкретных способов деятельности

-регламентации поведения и деятельности

-развитии навыков культуры делового общения

19. Лозунги и призывы - это форма ... коммуникации

-познавательной

-убеждающей

-экспрессивной

-суггестивной

-ритуальной

20. Цель познавательной коммуникации

расширить информационный фонд партнера, передать необходимую информацию,

прокомментировать инновационные сведения

-вызвать у делового партнера определенные чувства и сформировать ценностные

ориентации и установки;

-убедить в правомерности стратегий взаимодействия;

-сделать своим единомышленником;

-сформировать у партнера психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания,

побудить к необходимому действию

-оказать внушающее воздействие на делового партнера для изменения мотивации,

ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения

-сохранять ритуальные традиции фирмы, предприятия, создавать новые

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тесты»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
4	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
3	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
2	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

## **Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачёт)**

1. Онтологический, гносеологический, методологический и практический аспекты теории медиакоммуникации.
2. Риторическая, семиотическая и информационно- процессная парадигма.
3. Основные парадигмы исследования социальной коммуникации (по Р. Крейгу).
4. Эволюция и логика сменяемости парадигм исследования медиакоммуникаций.
5. Социально-психологическая и структуралистская парадигмы.
6. Антропосоциогенез и коммуникация. Основные вехи, закономерности эволюции социальной коммуникации.
7. Коммуникативные революции.
8. Понятие и уровни социальной коммуникации («пирамида» Д. Макуэйла).
9. Модели коммуникации.
10. Семь подходов к пониманию коммуникации (Р. Крейг).
11. Основные формы коммуникации: жест, изображение, речь и письменность.
12. Ключевые этапы развития средств коммуникации.
13. Определение и характеристики массовой коммуникации.
14. Соотношение СМК и СМИ.
15. Роль массмедиа в жизни общества и человека.
16. Генезис понятия «медиа» и современные значения.
17. Типологии медиа.
18. Появление новых форм опосредованной коммуникации.
19. Характеристики медиакоммуникации в 21 веке.
20. Классификации теорий МК по принадлежности к научным дисциплинам; по объектам, направлениям исследования; по исследовательским парадигмам.
21. Классификация теорий МК Д. Макуэйла (социально-научные, культурные, нормативные, «внутрицеховые», «обыденные»).
22. Ограничения классификаций теорий медиа.
23. Российские и зарубежные научные журналы по медиа и коммуникациям.
24. Технологии подготовки развлекательных и информационных медиапродуктов с учетом социокультурных различий между разными аудиторными группами.
25. Бихевиоризм и необихевиоризм о сущности коммуникации.
26. Естественнонаучные (кибернетические, системные) теории коммуникации
27. Семиотические, лингвистические, когнитивные, интерпретативные теории коммуникации.

28. Теории интеракционизма и символического интеракционизма. Драматургический подход.

29. Психологические теории медиакоммуникации: интеракционизм, бихевиоризм

30. Критические теории медиакоммуникации. Философские концепции: экзистенциализм и персонализм.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль («зачёт»)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
зачтено	Студент глубоко и в полном объёме 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.
	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.
	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.
не зачтено	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 «Основы медиакоммуникаций» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

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 бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической  
комиссии института философии



С.А. Пидченко