

Луганск 2025 г.

**Паспорт
фонда оценочных средств по учебной дисциплине
«Создание медиаконтента»**

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

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	УК-4 ПК-3	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Тема 1. Введение в проектную деятельность в медиасфере.	2, 3
			Тема 2. Основные этапы разработки медиапроекта.	2, 3
			Тема 3. Исследование аудитории и целевой группы.	2, 3
			Тема 4. Формирование концепции медиапроекта.	2, 3
			Тема 5. Интерактивные технологии в медиапроектах.	2, 3
			Тема 6. Юридические и этические аспекты медиапроектов.	2, 3
			Тема 7. Управление рисками в медиапроектах.	2, 3
			Тема 8. Монетизация и продвижение медиапроектов.	2, 3
		Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа		

**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-4 ПК-3	знать: – терминологический минимум; – типологию современного медиаконтента; – особенности подготовки разных видов медиаконтента;	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6,	Вопросы для обсуждения на практических заданиях по разделам дисциплины;

		<p>– технологию создания медиаконтента различных жанров;</p> <p>– принципы и нормы редактирования медиаконтента.</p> <p>уметь:</p> <p>– определять и формулировать цель деятельности, выстраивать проблемный диалог и давать эмоциональную оценку деятельности команды;</p> <p>– работать с основами приёмов и техническими навыками по созданию медиапродукта, умение использовать их в разнообразных жизненных ситуациях;</p> <p>– идентифицировать и анализировать различные типы медиаконтента;</p> <p>– создавать медиаконтент различных типов;</p> <p>– редактировать медиаконтент различных жанров</p> <p>владеть:</p> <p>– навыками осуществления мониторинга хода реализации медиапроектов;</p> <p>– навыками анализа, трансформации, создания и редактирования различных видов, типов и жанров медиаконтента</p>	<p>Тема 7, Тема 8.</p>	<p>письменные домашние задания; рефераты; тесты; контрольные работы.</p>
--	--	--	----------------------------	--

**Фонды оценочных средств по дисциплине
«Создание медиаконтента»**

**Вопросы для обсуждения на практических занятиях
по разделам дисциплины**

Примерный перечень вопросов:

1. Визуализация и ее роль в медиапроектах.
2. Основы создания визуального контента.
3. Преимущества инфографики в медиапроектах.
4. Постпроизводство в медиапроектах.
5. Основы управления ресурсами.
6. Бюджетирование проекта.
7. Тайм-менеджмент для медиапроектов.
8. Роль графического дизайна в медиапроектах.
9. Особенности визуального сторителлинга.
10. Технические аспекты создания видео-контента.
11. Использование графики и анимации в медиапроектах.
12. Способы повышения вовлеченности аудитории через визуализацию.
13. Тренды в создании визуального контента.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Вопросы для обсуждения»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
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.)

Письменные домашние задания

Примерный перечень письменных домашних заданий:

Пример задания № 1. Выбор медиапроекта. Определите тему или идею вашего медиапроекта (например, блог, видеоканал, онлайн-журнал и т.д.).

Пример задания № 2. Анализ аудитории. Исследуйте возможную аудиторию вашего медиапроекта. Используйте онлайн-опросы, социальные сети, демографические исследования и другие источники для сбора информации. Проанализируйте следующие параметры:

- возрастная группа;
- пол;
- уровень образования;
- социальный статус;
- географическое местоположение.

Пример задания № 3. Сегментация аудитории. Разделите целевую аудиторию на несколько сегментов на основе демографических (возраст, пол, доход и т.д.), психографических (интересы, ценности) и поведенческих характеристик (частота использования медиа, каналы потребления контента). Опишите каждый сегмент, выявив его потребности, мотивацию и поведение в медиaprостранстве.

Пример задания № 4. Определение предпочтений и интересов. Проведите исследование предпочтений каждого сегмента, включая тип контента (видео, текст, аудио), любимые платформы (социальные сети, сайты), частоту взаимодействия с медиа. Определите, что привлекает внимание вашей аудитории, как они принимают решение о потреблении контента и какие их интересы наиболее значимы для медиапроекта.

Пример задания № 5. Применение данных для создания концепции проекта. На основе анализа аудитории сформируйте концепцию медиапроекта, которая будет отражать потребности и интересы ключевых сегментов. Определите формат, тип контента, тематику и платформы для реализации проекта.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Письменное домашнее задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	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	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	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	Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (студент не готов, не выполнил задание и т.п.).

Рефераты

Примерный перечень тем рефератов:

1. Основные этапы проектирования медиапроектов.
2. Задачи и цели медиапроекта.
3. Методы исследования целевой аудитории.
4. Сегментация аудитории в медиапроектах.
5. Анализ успешных медиапроектов.
6. Влияние цифровых технологий на медиапроекты.
7. Разработка концепции медиапроекта.
8. Важность уникального торгового предложения (УТП) для медиапроекта.
9. Модели взаимодействия с аудиторией в медиапроектах.
10. Применение сторителлинга в медиапроектах.
11. Определение ресурсов для реализации медиапроекта.
12. Создание плана-графика медиапроектов.
13. Расчет бюджета медиапроектов.
14. Анализ возможных рисков медиапроектов.

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.).
4	Реферат представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.).
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.).
2	Реферат представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.).

Тесты

Примерный перечень тестовых заданий:

1. К структурным элементам социальных медиа относится:
 - A. Социальные сети
 - B. Сайты государственных учреждений
 - C. Сайты университетов
2. Относятся ли мобильные приложения к современным медиа:
 - A. Да
 - B. Нет
3. Кросс-медийное взаимодействие это...
 - A. Много форматов контента передающиеся на несколько платформ
 - B. Один формат контента передающийся на несколько платформ
 - C. Множество форматов контента базирующихся на одной платформе
4. Информационный шум:
 - A. Способствует современным медиакommunikациям
 - B. Не влияет на современные медиакommunikации
 - C. Существенно затрудняет современные медиакommunikации
5. К основным типам медианосителя относится:
 - A. Перекупленный
 - B. Проданный
 - C. Проверенный
6. Концепция 3A означает:
 - A. Любой контент в любое время в любом месте
 - B. Выборочный контент в строго определённое время
 - C. Использование платного контента
7. Пользовательский контент – это...
 - A. Контент, который лайкают пользователи медиапространства
 - B. Контент, который создают только инфлюэнсеры
 - C. Контент, который создают все пользователи медиапространства
8. Инфлюэнсер - это
 - A. Любой пользователь медиапространства
 - B. Пользователь, имеющий обширную и лояльную медиааудиторию
 - C. Пользователь, зарегистрировавшийся на медиаресурсе
9. Обязательные качества инфлюэнсера:
 - A. Обширная аудитория и оказание влияние на подписчиков
 - B. Небольшая аудитория и закрытый для комментариев ресурс
 - C. Обширная аудитория и отсутствие контента на ресурсе
10. Инфлюэнсером может стать:
 - A. Только артист или политик
 - B. Любой выпускник факультета журналистики
 - C. Любой человек
11. Медиакomьюнити - это:
 - A. Пользователи, подписанные на один ресурс

- В. Группа людей с близкими интересами, которые общаются через Интернет друг с другом
- С. Друзья детства пользователя
12. Принципы формирования комьюнити:
- А. Общие цели, общие ценности, общие интересы
- В. Общие цели, разные ценности, отсутствие общего интереса
- С. Отсутствие общих целей, разные ценности, отсутствие общего интереса
13. Мультимедийный контент это...
- А. Один формат контента передающийся на несколько платформ
- В. Много форматов контента передающиеся на несколько платформ
- С. Множество форматов контента базирующихся на одной платформе
14. Методы формирования комьюнити
- А. Публикация нового интересного корпоративного контента по теме сообщества
- В. Поддержка обсуждения в пабликах и чатах
- С. Формирование группы администраторов в чате
- Д. Контент, содержащий вопросы по практике использования продукта
- Е. Публикация сторонних материалов по теме сообщества и организация его обсуждения
- Ф. Все перечисленное
15. Технологии развития комьюнити:
- А. Организация конкурсов на знание продукта
- В. Организация флешмоба с продукцией или идеей сообщества (например, конкурс фотографий)
- С. Взаимодействие с инфлюэнсерами
- Д. Все вышеперечисленное
16. Особенности технологии мультимедиа:
- А. одновременная работа со звуком, анимацией, видео, статичными объектами
- В. возможность обработки графики и текста
- С. невозможность интерактивного взаимодействия
- Д. возможность обработки графических изображений
17. Что из перечисленного является примером использования мультимедийных технологий в культуре?
- А. Виртуальные экскурсии по музеям
- В. Цифровые репродукции картин
- С. Покупка билета в музей через интернет
18. Мультмедиа - это..
- а. интерактивные системы, позволяющие вести в Интернете одновременно диалог с несколькими пользователями
- б. интерактивные системы, позволяющие быстро производить любые вычисления
- с. интерактивные системы, обеспечивающие одновременную работу со звуком, анимированной компьютерной графикой, видеокадрами, статистическими изображениями и текстами

19. Медиакоммуникация – это:
- А. информационное взаимодействие между социальными субъектами (личностями, группами, организациями) основанное на производстве, распространении и потреблении массовой информации;
 - В. медиакоммуникация есть массовая коммуникация;
 - С. функциональная система, основу которой составляют прикладные модели, разработанные в рамках теории коммуникации;
 - Д. наука об общении.
20. Лонгрид – это:
- А. Просто длинный текст на сайте
 - В. Принципиально новый способ подачи материала в мультимедийном формате, охватывающий и косвенную тематику
 - С. Видео , прикрепленное к тесту на сайте

Ответы: 1-А, 2-А, 3-В, 4-С, 5-В, 6-А, 7-С, 8-В, 9-А, 10-С, 11-В, 12-А, 13-С, 14-В, 15-Д, 16-А, 17 -А, 18-С, 19-А, 20-В.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Тест»

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)

Контрольные работы

Теоретические вопросы к контрольной работе

Примерный перечень теоретических вопросов к контрольной работе:

1. Какую роль играет исследование целевой аудитории в разработке медиапроекта? Объясните, почему важно понимать целевую аудиторию и как это влияет на успех медиапроекта.
2. Какие методы можно использовать для сбора данных о целевой аудитории? Перечислите и кратко опишите методы сбора информации о целевой аудитории.
3. Каковы основные критерии сегментации аудитории? Опишите демографические, психографические и поведенческие параметры, используемые для сегментации аудитории.
4. Как использовать результаты исследования аудитории для формирования концепции медиапроекта? Объясните, как данные о предпочтениях и интересах целевой аудитории могут быть применены при разработке концепции медиапроекта.

5. Какие данные из анализа целевой аудитории вы использовали при создании концепции медиапроекта?
6. Какова основная идея медиапроекта и почему она важна для целевой аудитории?
7. Каковы цели и задачи вашего медиапроекта? Как они связаны с основной идеей?
8. Какой основной месседж медиапроекта и как он будет донесен до аудитории?
9. Как был составлен план-график медиапроекта? Какие инструменты вы использовали для его визуализации?
10. Какие ресурсы были определены как необходимые для реализации медиапроекта?
11. Как составлен бюджет медиапроекта? Какие категории расходов вы предусмотрели?
12. Какие риски были определены для вашего проекта и какие меры предусмотрены для их минимизации?

Практические задания к контрольной работе

Примерный перечень практических заданий к контрольной работе:

Пример задания № 1. Создание аудио- и видеоконтента. Запланируйте и проведите запись подкастов, интервью или видеороликов, необходимых для проекта. Отредактируйте аудио- и видеоматериалы с использованием специализированных программ (например, Adobe Audition, Premiere Pro). Проверьте материалы на соответствие качеству и стилистике проекта. Определите платформы для публикации (социальные сети, вебсайты).

Пример задания № 2. Изучите результаты анализа целевой аудитории. Определите предпочтения, интересы, возрастные и социальные категории аудитории. Определите, какие идеи будут наиболее релевантны и интересны для данной целевой группы. Сформулируйте основную идею медиапроекта. Она должна быть понятной и отвечать потребностям целевой аудитории. Пример: если аудитория – молодые люди, интересующиеся технологией, основная идея может заключаться в создании медиапроекта, посвященного инновациям.

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)

Теоретические вопросы

Примерный перечень теоретических вопросов:

1. Основные этапы проектирования медиапроектов.
2. Задачи и цели медиапроекта.
3. Методы исследования целевой аудитории.
4. Сегментация аудитории в медиапроектах.
5. Анализ успешных медиапроектов.
6. Влияние цифровых технологий на медиапроекты.
7. Разработка концепции медиапроекта.
8. Важность уникального торгового предложения (УТП) для медиапроекта.
9. Модели взаимодействия с аудиторией в медиапроектах.
10. Применение сторителлинга в медиапроектах.
11. Определение ресурсов для реализации проекта.
12. Создание плана-графика.
13. Расчет бюджета.
14. Анализ возможных рисков.
15. Визуализация и ее роль в медиапроектах.
16. Основы создания визуального контента.
17. Преимущества инфографики в медиапроектах.
18. Постпроизводство в медиапроектах.
19. Основы управления ресурсами.
20. Бюджетирование проекта.
21. Тайм-менеджмент для медиапроектов.
22. Роль графического дизайна в медиапроектах.
23. Особенности визуального сторителлинга.
24. Технические аспекты создания видео-контента.
25. Использование графики и анимации в медиапроектах.
26. Способы повышения вовлеченности аудитории через визуализацию.
27. Тренды в создании визуального контента.

Практические задания

Примерный перечень практических заданий:

Пример задания № 1. Создание план-графика медиапроекта. На основе концепции из Лабораторной работы 2 составьте план-график всех этапов реализации проекта (исследование, разработка контента, публикация).

Используйте диаграмму Ганта или другой подходящий инструмент для визуализации этапов и сроков. Определите, какие ресурсы потребуются для каждого этапа: человеческие (авторы, редакторы), технические (оборудование, ПО), финансовые (стоимость услуг, аренда). Укажите предполагаемые затраты для каждого этапа проекта. Разделите бюджет на категории: затраты на контент, оплату труда, маркетинг и прочее. Определите возможные риски (срывы сроков, нехватка бюджета, недостаточная заинтересованность аудитории). Разработайте план их минимизации (например, резервный бюджет, гибкость сроков).

Пример задания № 2. Определите цели медиапроекта (например, привлечение внимания к теме, создание осведомленности, обучение). Разработайте задачи, которые помогут достичь поставленных целей (например, создание видеоконтента, проведение интервью). Определите ключевое сообщение проекта, которое должно быть донесено до аудитории. Месседж должен быть

простым, запоминающимся и связанным с целевой аудиторией. Определите этапы реализации проекта: исследования, создание контента, публикация. Укажите временные рамки для каждого этапа, основные ресурсы и возможные исполнители.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Промежуточный контроль (экзамен)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
отлично (5)	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.
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
--	---

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Создание медиаконтента» соответствует требованиям ФГОС ВО.

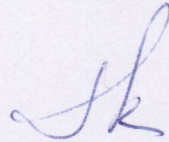
Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика.

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

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)