

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. Склад

(подпись)

2023 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

Медиакоммуникации и тенденции развития медиаиндустрии

(наименование учебной дисциплины, практики)

42.04.05 Медиакоммуникации

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Медиакоммуникации»

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

Разработчик (разработчики):

доцент _____ Будивская Л. П.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры русского языка и культуры
речи от «___» _____ 20__ г., протокол № __

Заведующий кафедрой русского языка
и культуры речи

(подпись)

Нередкова С. С.

Луганск 2023 г.

Паспорт
фонда оценочных средств по учебной дисциплине
«Медиакоммуникации и тенденции развития медиаиндустрии»
Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в
результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/ п	Код контролируем ой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Контролиру емые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирован ия (семестр изучения)
1	ОПК-5.	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационн ых систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	Тема 1	3
				Тема 2	3
				Тема 3	3
				Тема 4	3
				Тема 5	3
				Тема 6	3

**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.	ОПК-5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	Знать: характеристики и специфические особенности крупнейших зарубежных национальных систем СМИ, структуру СМИ России; существующие организационные	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5 Тема 6.	Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), тесты, рефераты, контрольные работы, творческие задания

			формы (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основные виды, типы СМИ, инфраструктуру; представлять отличительные черты различных типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки, понимать принципы разработки концепции и модели издания, канала, теле- или радиопрограммы, рубрики, знать методы их анализа и коррекции; принципы и методы создания медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности с опорой на опыт зарубежной медиаиндустрии; важнейшие аспекты взаимодействия и связи политических институтов и журналистики; особенности зарубежного опыта создания современных медиапроектов с учетом исторической эволюции зарубежных СМИ; суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических		
--	--	--	--	--	--

			регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности, основы менеджмента в СМИ; Уметь: исследовать системы СМИ с учетом геополитических реалий; анализировать опыт зарубежной журналистики; осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации, его вида, типа, особенностей аудитории; осуществлять взаимодействие с аудиторией; ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; анализировать зарубежный опыт в сфере медиамоделирования и медиапроектирования с учетом общих особенностей современного процесса, с пониманием возможных направлений заимствования форм медиапланирования для российской практики;		
--	--	--	---	--	--

			Владеть: принципами анализа практической деятельности современных массмедиа; принципами описания и классификационно-типологического анализа различных видов и типов СМИ; принципами общения с экспертами, представителями различных областей деятельности, работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями с учетом опыта современной российской и зарубежной медиаиндустрии.		
--	--	--	---	--	--

**Фонды оценочных средств по дисциплине
«Медиакоммуникации и тенденции развития медиаиндустрии»**

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

1. Перечислите современные тенденции развития международной журналистики
2. Как взаимодействует журналистика с общественными и государственными институтами?
3. По каким экономическим моделям строятся современные медиасистемы?
4. Какова роль информационного фактора в процессах глобализации и интеграции?

5. Какие существуют международные стандарты информационного права?
6. Как взаимодействует медиаиндустрия с правящей элитой?
7. Назовите основные аспекты взаимодействия медиаиндустрии и массовой культуры.
8. Как влияют новые технологии на развитие медиасистем?

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

Контрольная работа 1.

1. Анализ отдельной национальной модели СМИ с использованием параметров, рассмотренных в разделе
2. Характеристика отдельной национальной системы прессы/телерадиовещания/культурных индустрий с использованием параметров, рассмотренных в разделе.
3. Анализ отечественного или зарубежного медиапроекта в Интернете.

Контрольная работа 2

1. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение.
2. Характеристика понятий «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал».
3. Анализ жизненного цикла медиапродукта.

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

Творческое задание 1.

Разработайте логотип и фирменный стиль вашего медиапредприятия, который в последствии станет медиаактивом.

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. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
- 2.СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и локализация.

3. Типы концентрации СМИ.
4. Экономические особенности телевизионной индустрии.
5. Типы телевизионных каналов.
6. Телевизионное программирование.
7. Аналоговое и цифровое вещание.
8. Экономические особенности индустрии радио.
9. Государственные органы регулирования аудиовизуальных СМИ: структура, функции, практика (на примере одной из стран).
10. Саморегулирование западной журналистики. Этические и профессиональные кодексы зарубежных журналистских организаций.
11. Политические партии и СМИ. Система дотаций органам политических партий в странах Западной Европы.
12. Место и функции клерикальных изданий в системе зарубежных СМИ.
13. Информационный комплекс зарубежной страны.
14. Основные периодические издания: названия, тиражи, их концепции, издатели.
15. Система аудиовизуальных СМИ – компании, форма собственности, технические ресурсы, особенности программной политики.
16. Основные предприятия «инфраструктуры» СМИ (информационные агентства, рекламные агентства, компании паблик рилейшнз) – краткая характеристика.
17. Типология зарубежной ежедневной прессы: газеты качественные, массовые, качественно-массовые (на примере отдельной страны).
18. Типология зарубежных журналов (на примере отдельной страны).
19. Информационные программы зарубежного телевидения (на примере одной страны).
20. Типология телевизионных программ в зарубежных странах.

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

1. Кто впервые в современном значении слова употребил термин «коммуникация»:
 - а) Ф.Бэкон; б) К.Дойч; в) Н.Винер.
2. «Информация – коммуникация и связь, в процессе которых устраняется неопределенность» – одно из базовых определений, которое принадлежит:
 - а) К. Шеннону; б) Ф. Уэбстеру; в) М. Бахтину; г) Ю.Хабермасу.
3. Какая из черт интернет-коммуникации является общей с коммуникацией в традиционных СМИ:
 - а) наличие массовой аудитории; б) интерактивность; в) мгновенная передача информации.
4. Медийный комплекс РФ включает:
 - а) прессу, радио, телевидение, информационные агентства, интернет-сети, документальное кино, книжные издания, PR и рекламные агентства; б) спутниковое телевидение, кабельные сети, мобильные и телекоммуникационные системы; в) государственные, общественные, корпоративные и частные СМИ.
5. Основные способы формирования общественного мнения:
 - а) эмоциональные, стихийные, рациональные; б) планомерно-конструктивные, модельные, системные; в) массовые, индивидуальные, сетевые.
6. Кто является автором пятизвездной структуры процесса коммуникации:
 - а) К. Шеннон; б) Н. Винер; в) К. Леви-Стросс; г) К. Юнг; д) Г. Лассуэлл.
7. О какой форме информации идет речь в следующем определении: «Отраженное субъектом (индивидуумом, социальной группой, обществом в целом) упорядоченное разнообразие элементов, связей и отношений объективного мира, включая общественную жизнь»:
 - а) социально-политической; б) био-социальной; в) социальной.
8. Конфискованные контрафактные экземпляры произведений или фонограмм подлежат (за исключением случаев их передаче обладателю авторских прав или смежных прав по его просьбе):
 - а) возврату фирме-изготовителю; б) передачи в правоохранительные органы; в) реализации по сниженным ценам; г) подлежат уничтожению.
9. Объектом интернет-коммуникации является:
 - а) глобальная сеть интернет; б) коммуникативная среда, характеризующаяся относительно стабильными и регулярными внутренними коммуникативными связями; в) пользователи сети интернет.
10. Формой асинхронной коммуникации «один на один» являются:
 - а) социальные сети; б) электронные письма; в) чаты; г) новостные web-сайты
11. Массовая информация - это:
 - а) информация, которая рождается в массовой аудитории; б) информация, которая распространяется по массовым каналам; в) информация, которая потребляется массовой аудиторией; г) информация, которая обладает обязательно всеми перечисленными

признаками; д) информация, которая обладает хотя бы одним из перечисленных признаков.

12. Какая функция средств массовой коммуникации может быть определена как координация подсистем общества?:

а) информационная; б) регулирующая; в) культурная; г) развлекательная; д) мобилизующая.

13. Механистический подход к коммуникации подразумевает:

а) однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения; б) совместная деятельность участников коммуникации, в ходе которой вырабатывается общий взгляд на вещи и действия с ними.

14. Деятельностный подход к коммуникации подразумевает:

а) однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения; б) совместная деятельность участников коммуникации, в ходе которой вырабатывается общий взгляд на вещи и действия с ними.

15. Какая форма коммуникационной деятельности в обществе может быть определена как целенаправленное воздействие коммуникатора на получателя информации?:

а) общение; б) управление; в) подражание.

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 (экзамен)

Теоретические вопросы

1. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение.
2. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал».
3. Жизненный цикл медиапродукта.
4. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал».
5. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ.
6. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг.
7. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.

8. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и локализация.
9. Типы концентрации СМИ.
10. Экономические особенности телевизионной индустрии.
11. Типы телевизионных каналов. Телевизионное программирование. Аналоговое и цифровое вещание.
12. Экономические особенности индустрии радио. Типы радиостанций. Программирование радиостанций.
13. Экономические особенности газетной индустрии. Типы газетных изданий. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция.
14. Экономические особенности журнальной индустрии. Типы журнальных изданий.
15. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ.
16. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ.
17. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств. Методы измерения аудитории СМИ
18. Сущности функции коммуникации. Виды коммуникаций.
19. Коммуникационный процесс. Роль маркетинговой коммуникации.
20. Элементы маркетинговой коммуникации. Роль коммуникации в обществе.
21. Коммуникация как наука в современном обществе.
22. Международные маркетинговые коммуникации.
23. Международные коммуникации и тенденции их развития.
24. Роль организационной культуры в международных маркетинговых коммуникациях.
25. Виды и методы рекламы. Восемь базисных типов рекламы.
26. Реклама торговой марки. Средства распространения и размещения рекламы. Классификация видов рекламы и продвижения.
27. Печатная реклама. Выставки и ярмарки. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама
28. Медиапланирование.
29. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations).
30. Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ.
31. Медиа-программы.
32. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со средствами массовой информации.
33. Профессиональные издания в связях с общественностью.

- 34.Связи с общественностью в Интернете. Характеристика коммуникативной среды в системе связей с общественностью.
- 35.Печатные и электронные СМИ. Внемедийная коммуникация (BTL).
- 36.Вербальные и невербальные коммуникации.
- 37.Корпоративный имидж. Фирменный стиль.
- 38.Рабочие (специальные) мероприятия в связях с общественностью.
- 39.Текстовая реклама и PR Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

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

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 «Медиакоммуникации и тенденции развития медиаиндустрии»* соответствует требованиям ГОС ВО.

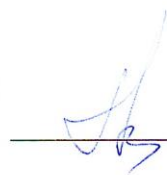
Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации.

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 магистров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической комиссии
института философии



С. А. Пидченко