

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по учебно-методической работе и качеству образования

Дата подписания: 31.08.2026 17:04 Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

Утверждаю

Проректор по учебно-методической
работе и качеству образования

 Н.Н. Кислова

Поздняков Константин Сергеевич

Щеголькова Ольга Владимировна

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

«Теория и практика медиакommunikаций»

Направление подготовки:

42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»

Квалификация выпускника

Бакалавр

Рассмотрено

Протокол № 11 от 26.06.2026 г.

Заседания кафедры литературы,
журналистики и методики обучения

Одобрено

Начальник Управления образовательных
программ



Н.А. Доманина

Пояснительная записка

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) для промежуточной аттестации по дисциплине «Теория и практика медиакommunikаций» разработан в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 524 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47219), с изменениями, внесенными приказами Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26 ноября 2020 г. № 1456 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 мая 2021 г., регистрационный № 63650) и от 8 февраля 2021 г. № 83 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 12 марта 2021 г., регистрационный № 62739), основной профессиональной образовательной программой высшего образования «Конвергентная журналистика» с учетом требований профессионального стандарта «11.003 Корреспондент средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 339н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 5 июня 2014 г., регистрационный № 32589) и профессионального стандарта «11.006 Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014 г., регистрационный № 33899).

Цель ФОС для промежуточной аттестации – установление уровня сформированности части компетенции ОПК-1.

Задачи ФОС для промежуточной аттестации - контроль качества и уровня достижения результатов обучения по формируемым в соответствии с учебным планом компетенциям:

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-3.5. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды.

Знает: модели командной работы в конвергентной редакции и медиапроектах; принципы эффективной горизонтальной и вертикальной коммуникации между участниками медиапроизводства (от идеи до публикации).

Умеет: выстраивать коммуникацию с разными членами команды (авторами, редакторами, дизайнерами, маркетологами) в зависимости от их функциональных задач; инициировать и поддерживать обмен профессиональными знаниями и опытом; представлять результаты коллективной работы (медиапродукт, проект, исследование) перед внутренней и внешней аудиторией.

Владеет: навыками участия в командных форматах работы (мозговой штурм, проектные сессии, редколлегии), распространения актуальной информации среди членов команды, совместного подведения итогов и презентации конечного медиареультата с учётом вклада каждого участника.

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

Знает особенности массовой информации;

Умеет выявлять отличительные особенности медиатекстов, предназначенных для разных медиасегментов и платформ

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Умеет применять инновационные подходы, создавая медиатексты;

Владеет технологиями создания современных публикаций в сфере медиа

Требование к процедуре оценки:

Помещение: учебная аудитория.

Оборудование: особых требований нет.

Инструменты: особых требований нет

Расходные материалы: особых требований нет

Доступ к дополнительным справочным материалам: особых требований нет.

Нормы времени: 15 минут на выполнение одного задания.

Комплект оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Проверяемая компетенция (из ООП ВО):

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Индикаторы достижения компетенции:

ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Проверяемые результаты обучения:

Знает особенности массовой информации;

Умеет выявлять отличительные особенности медиатекстов, предназначенных для разных медиасегментов и платформ

Умеет применять инновационные подходы, создавая медиатексты;

Владеет технологиями создания современных публикаций в сфере медиа

Тип (форма) задания: тест

Пример типовых заданий (оценочные материалы):

1. Одно из определений мифа по Р. Барту
А) Истории о богах и героях
Б) Несбыточная мечта
В) Похищенное и возвращенное слово
2. Как П.Бурдьё называл экспертов на ток-шоу?
А) Talking Heads
Б) Fast Thinker
В) False Idols
3. Понятие “медиа” равно СМИ?
А) да
Б) нет
4. Транзитивные заголовки - это:
А) Название статьи
Б) Лид в материале
В) Заглавия отдельных частей материала, способствующие выстраиванию маршрута пользователя
5. Из какого числа предложений состоит идеальный лид?
А) 2-3
Б) 5-6
В) 7-10
6. Относятся ли комиксы к медиа?
А) да
Б) нет
7. Что такое любительская журналистика в современных медиа?
А) Материалы, сделанные профессионалами в области рекламы и СО
Б) Материалы, сделанные сотрудниками фэнзинов
В) Материалы, снятые случайными свидетелями произошедшего
8. Партизанская журналистика - это...
А) Материалы, создаваемые в тылу врага
Б) Материалы и целые СМИ, над которыми (в которых) работают непрофессиональные журналисты
В) СМИ в условиях военных действий
9. Как расшифровывается в современных СМИ аббревиатура UGC?
А) User Generated Content
Б) User Get Cold
В) Use Great Company
10. Какой новый формат поначалу называли Snowfall?
А) Сторителлинг
Б) Лонгрид
В) Журналистский блог
11. На стене вашего Интернет-СМИ в разделе комментариев появляется пользователь, оскорбляющий других подписчиков, хамящий редакции. Ваши действия?
А) вступлю с ним в полемику, приведу контраргументы
Б) соглашусь с ним, критика нам необходимо, даже такая
В) разговаривать с троллем бессмысленно, это не обратная связь, а трата времени. В бан!
12. Вы занимаетесь работой в соцсетях от вашего вуза. Как вы будете переносить материалы сайта в сети?
А) Копировать и вставить - нет проблем!
Б) Попытаюсь распределить материалы по площадкам в зависимости от целевой аудитории той или иной сети, там, где это необходимо, внесу изменения, если язык слишком официален
В) Никак не буду - размещение материалов вуза на данных площадках бессмысленно
13. Политкорректность - это...
А) Изначально - подбор эвфемизмов вместо оскорбительных лексем в адрес той или иной группы
Б) Вежливость на дипломатических переговорах
В) Поддержка политзаключенных

14. Как в Европе называют слепых, согласно нормам политкорректности?

- А) Слепые
- Б) Инвалиды
- В) Слабовидящие

15. Почему, если пресс-секретарь президента, постоянно отвечает журналистам в духе: “мы за это не отвечаем”, его работу нельзя признать удовлетворительной?

- А) Пресс-секретарь не политкорректен
- Б) Пресс-секретарь отвечает за президента, а подобные ответы предполагают, что президент ни за что не отвечает
- В) Пресс-секретарь превышает свои полномочия

16. Фактчекинг - это...

- А) Проверка информации на подлинность
- Б) Составление повестки дня
- В) Разбор фактов нарушения правил сотрудниками редакции

17. Как понять словосочетание “Product Placement”?

- А) Размещение рекламы продуктов в Интернет-СМИ
- Б) Уникальное торговое предложение
- В) Скрытая реклама в фильмах, сторителлинге, блогах и т.д.

18. Один из самых навязчивых РР был замечен в фильмах этого отечественного режиссёра

- А) Тарковский
- Б) Бекмамбетов
- В) Звягинцев

19. Какого из перечисленных вопросов лучше избежать в интервью?

- А) Расскажите о скрытых смыслах вашей последней постановки
- Б) Господин Х считается вашим основным конкурентом в жанре, что скажете о его последнем альбоме?
- В) Вы добились успеха, потому что у вас была стратегия и вы её придерживались?

20. Выберите правильное определение лонгрида

- А) Лонгрид - это просто большая статья на 10000 знаков
- Б) Лонгрид - это сочетание максимального количества разных медиа в рамках одного материала (фото, видео, аудио, инфографика и др.)
- В) Лонгрид - это большая статья с фотографиями и видео

21. Какой из этих классических жанров журналистики удачнее всего адаптировался под запросы XXI века?

- А) Фельетон
- Б) Портретный очерк
- В) Интервью

22. В чём ключевая разница между пропагандой и СО?

- А) В рамках СО реципиенту не транслируется откровенная ложь, не нарушаются морально-этические нормы
- Б) Разницы нет
- В) Пропаганда - это разновидность СО

23. В чём заключается приём “Повозка с оркестром”?

- А) Нанять на ваше мероприятие в рамках кампании по СО популярный музыкальный коллектив
- Б) Устроить вашему кандидату поездку по стране
- В) Убедить реципиента в том, что мнение, навязываемое ему - единственно верное, мнение большинства

24. Почему колумн нельзя назвать жанром?

- А) Каждый колумнист работает в собственном жанре
- Б) Потому что у колонки слишком маленький объём
- В) Потому что колонка подразумевает контекст новых медиа

Ключи к тесту 2

Вопрос №	Ответ
1	В
2	Б
3	Б
4	В
5	А
6	А

7	В
8	Б
9	А
10	Б
11	В
12	Б
13	А
14	В
15	Б
16	В
17	В
18	Б
19	В
20	Б
21	В
22	А
23	В
24	А

Проверяемая компетенция (из ООП ВО):

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-3.5. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды.

Знает: модели командной работы в конвергентной редакции и медиапроектах; принципы эффективной горизонтальной и вертикальной коммуникации между участниками медиапроизводства (от идеи до публикации).

Умеет: выстраивать коммуникацию с разными членами команды (авторами, редакторами, дизайнерами, маркетологами) в зависимости от их функциональных задач; инициировать и поддерживать обмен профессиональными знаниями и опытом; представлять результаты коллективной работы (медиапродукт, проект, исследование) перед внутренней и внешней аудиторией.

Владет: навыками участия в командных форматах работы (мозговой штурм, проектные сессии, редколлегии), распространения актуальной информации среди членов команды, совместного подведения итогов и презентации конечного медиареультата с учётом вклада каждого участника.

Тип (форма) задания: модельная ситуация (в группах по 3-5 человек)

1. Придумать название и концепцию канала в МАХ, дать портрет целевой аудитории, составить контент-план издания на 2 недели. Презентовать концепцию канала.

Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме письменных ответов на любой из контрольных вопросов

Примерные контрольные вопросы для промежуточной аттестации:

- 1.«Пророки» информационной эры (Хоркхаймер, Адорно, Маклюэн).
2. Инфосфера и современные мифологии (Ролан Барт).
3. Критика современной журналистики П. Бурдьё.
4. Пропаганда и связи с общественностью.
5. Лидеры мнений: дефиниции, классификация.
6. Функции средств массовой коммуникации.
7. Принципы работы телеканалов.
8. Понятие и виды информации.
9. Характеристика социальной рекламы.
10. Политкорректность в современной инфосфере.
11. Модели распространения информации
12. Интернет в современной журналистике, рекламе и СО
13. Журналистское (рекламное) произведение как текст
14. Основные жанры журналистики
15. «Компрамат» в современной инфосфере
16. «Скрытая реклама»: этическая проблематика
17. Значимость комментария в современных языках медиа
18. Свобода прессы и ответственность работника СМИ
19. Интернет-СМИ и реклама
20. Виды информации.
21. Барьеры при восприятии информации.
22. Типология текстов по Ю.М. Лотману.
23. Теория символа, значение символов в современной инфосфере.
24. Свойства внимания при восприятии сообщений СМИ.

25. Способы привлечения внимания реципиента.
26. Эффекты при восприятии информации.
27. Политическая информация и её свойства.
28. Приёмы расчленения информации.
29. Этапы восприятия информации и помехи.
30. Процесс понимания и способы управления пониманием.
31. Приёмы облегчения понимания при восприятии информации.
- Особенности памяти при восприятии сообщений СМИ
32. Виды и функции пропаганды.
33. Манипулятивные технологии в массовой информации.
34. Воздействие массовой информации в когнитивной теории А. Бандуры.
35. Политическая реклама: теории, типологии, особенности.
36. Эффект прайминга при восприятии современных СМИ.

Промежуточная аттестация оценивается по шкале от 0 до 12 баллов в соответствии с критериями, указанными в оценочных листах к заданиям.