

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 31.08.2026 17:29:02

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

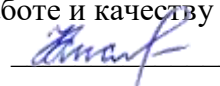
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

Утверждаю

Проректор по учебно-методической
работе и качеству образования

 Н.Н. Кислова

Кветкин Павел Дмитриевич
Леликова Алина Андреевна

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
«Новые медиа в маркетинге»

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 «Новые медиа в маркетинге» 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 компетенции:

ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.

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

ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

ПК-4.1. Информировать аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов

Знает место новых медиа в интернет-маркетинге

ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации

Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач

Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.

Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.

Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.

ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа

Требование к процедуре оценки:

Помещение: особых требований нет.

Оборудование: особых требований нет.

Инструменты: особых требований нет.

Расходные материалы: особых требований нет

Доступ к дополнительным справочным материалам: конспекты научных трудов, сделанные в период изучения дисциплины.

Нормы времени: 60 минут на подготовку.

Комплект оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Проверяемая (ые) компетенция (и) (из ОПОП ВО):

ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

Проверяемый индикатор достижения компетенции:

ПК-4.1. Информировать аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов

ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации

ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

Проверяемые результаты обучения:

Знает место новых медиа в интернет-маркетинге

Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач

Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.

Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.

Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.

Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа

Тип (форма) задания: тест.

Пример типовых заданий (оценочные материалы):

Тест № 1.

1) Мультимедийность по определению - это:

- (1) использование нескольких медиа
- (2) использование музыки
- (3) использование компьютера
- (4) использование Интернета

2. Наибольшее распространение мультимедийная реклама получила

- (1) на выставках
- (2) на sale-презентациях
- (3) в Интернет

3. Проблема современных маркетинговых коммуникаций заключается в:

- (1) уменьшении их потребления
- (2) увеличении их потребления
- (3) повышении их популярности

4. Коммуникации в Интернет -это коммуникации:

- (1) on demand
- (2) on deposit
- (3) on demand

5. Такая характеристика коммуникаций в Интернет, как on demand означает:

- (1) непрерывное получение коммуникаций
- (2) получение коммуникаций по запросу
- (3) мультимедийность коммуникаций

6. Коммуникации Интернет можно охарактеризовать как:

- (1) мультимедиа
- (2) on demand
- (3) online

Тест № 2.

1. Вебинар – это:

- (1) веб-семинар
- (2) вид баннера
- (3) запрос по требованию

2. Характеристикой on demand обладают такие коммуникационные каналы, как:

- (1) выставка
- (2) Интернет
- (3) реклама

3. ТРИЗ - это?

- (1) Теория Рационального Использования Знаний
- (2) Теория Решений Изобретательских Задач
- (3) Теория Решения Интерактивных Задач

4. К примерам насильственности традиционных МК относятся:

- (1) строго определенное компанией-продавцом время трансляции рекламного ролика
- (2) заранее определенный организаторами формат проведения выставки
- (3) возможность записи на веб-семинар в удобное для пользователя время

5. Возможность посещения веб-семинара в удобное для пользователя время - это реализация такого принципа коммуникаций как:

- (1) on demand
- (2) on click
- (3) мультимедийность

6. При недостаточности рекламного бюджета и решении использовать связку оффлайн- и онлайн-медиа тизер помещается

- (1) на радио
- (2) в печатных СМИ
- (3) в Интернете

Оценочный лист к типовому заданию (модельный ответ):

Тест № 1.

Вопрос	Ответ
1	1
2	3
3	1
4	1
5	2
6	1,2,3

Тест № 2.

Вопрос	Ответ
1	1
2	2
3	2
4	1, 2
5	1
6	2

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

Промежуточная аттестация (зачет) проводится в форме теста из 6 вопросов.

Промежуточная аттестация оценивается по шкале от 0 до 6 баллов в соответствии с критериями, указанными в оценочных листах к заданиям.