

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухов Тимур Александрович

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:54

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

Пятигорского института (филиал) СКФУ

Н.В. Данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Теория и практика медиакоммуникаций

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется в

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Коммуникативные технологии и реклама
2024
очная
1 семестре

Введение

1. Назначение: фонды оценочных средств ориентированы на оценку достижения запланированные в образовательной программе результаты обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины (модуля) «Теория и практика медиакоммуникаций»

3. Разработчик: Голушко Е.В., доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета

4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы:
Председатель: Новосёлова Н.Н., зав кафедрой финансов и бухгалтерского учета
Новоселов С.Н., профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета
Есакова Е.Е., доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета

Представитель организации-работодателя
Носолева В.А., директор ООО «Финэкс»

Экспертное заключение: данный ФОС соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
Компетенция: ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.				
Индикатор: ИД-1 ОПК-5 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	Не знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	Не в полной мере знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	В достаточной степени знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	На высоком уровне знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
Индикатор: ИД-2 ОПК-5 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	Не осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	В целом успешно, но не систематически осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	В целом успешно осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Профессионально осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Компетенция: ПК-6. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.				
Индикатор: ИД-1 ПК-6 Знает особенности создания документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Не знает особенности создания документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знает в недостаточной мере особенности создания документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знает в целом особенности создания документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знает особенности создания документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
Индикатор: ИД-2 ПК-6	Не готовит основные документы по	Готовит в недостаточной мере основные	Готовит в целом основные документы по	Готовит основные документы по сопровождению

Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ИД-3 ПК-6 Владеет навыками создания документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Не владеет навыками создания документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Владеет в недостаточной мере навыками создания документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Владеет в целом навыками создания документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Владеет навыками создания документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
Компетенция: ПК-20 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности				
<i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-20 Знает принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Не знает принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Знает в недостаточной мере принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Знает в целом принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Знает принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-20 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта не опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается в недостаточной мере на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается в целом на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
<i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-20 Владеет навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности	Не владеет навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности	Владеет в недостаточной мере навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности	Владеет в целом навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности	Владеет навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
		Форма обучения очная 1 семестр	
1.		Приштыты массово-информационной деятельности в правовом социальном государстве.	ОПК-5
2.		Система жанров в журналистике	ОПК-5
3.		Изучение информационного поля, выбор сегмента	ОПК-5
4.		Типы системной структуры редакции Ролевая структура редакции	ОПК-5
5.		Глобализация и регионализация средств массовой информации.	ОПК-5
6.		Типология СМИ.	ОПК-5
7.		Утверждения, правомерные для нормативных теорий массовой коммуникации а) нормативные теории основываются на эмпирических наблюдениях б) нормативные теории описывают, какие роли медиа должны играть в идеале в) нормативные теории не имеют практической значимости	ОПК-5
8.		Средства массовой коммуникации должны находиться под контролем организаций рабочего класса — прежде всего коммунистической партии – признак ... а) либертарианской теории б) теории советских медиа в) авторитарной теории	ОПК-5
9.		Чтобы содействовать эффективной коммуникации, ПР-специалистам необходимо знать мнение различных групп общественности. Для этого следует: а) налаживать тесное сотрудничество с властями б) применять научные методы изучения общественного мнения в) распространять информацию об организации	ОПК-5
10.		Социальная коммуникация: а) процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств	ОПК-5

		б) сообщения в СМИ в) инженерные пути сообщения	
11.		Определение жанра.	ПК-20
12.		Редакционный маркетинг, его направления.	ПК-20
13.		Конвергентные процессы как фактор преобразования медиасистем.	ПК-20
14.		Системные особенности отечественного телевидения	ПК-20
15.		Формы вещания.	ПК-20
16.		Рейтинг радиопередачи.	ПК-20
17.		Жанры радиожурналистики	ПК-20
18.		Деловые медиа как институциональное образование и сегмент медиа на рынке.	ПК-20
19.		Детализация информации как основа развития контент-индустрии	ПК-20
20.		Журналистика как производство и специфика его продукции	ПК-20
21.		Типология информагентств.	ПК-20
22.		Типология моделей рекламной медиа коммуникации.	ПК-20
23.		Реклама не относится к: а) массовой коммуникации б) интегрированным маркетинговым коммуникациям в) аутокоммуникации	ПК-20
24.		Особенность мультимедийных продуктов: а) наличие графических изображений б) возможность интерактивного взаимодействия в) наличие числовых выражений	ПК-20
25.		Особенность технологии-мультимедиа: а) одновременная работа со звуком, анимацией, видео, статичными объектами б) возможность обработки графических изображений в) возможность обработки графики и текста	ПК-20
26.		Мультимедийный продукт, представляющий собой последовательность выдержанных в одном графическом стиле слайдов: а) компьютерная презентация	ПК-20

		б) компьютерная графика в) компьютерная программа	
27.		Какое из этих устройств не требуется для работы с мультимедийными продуктами: а) звуковая карта б) микрофон в) принтер	ПК-20
28.		7. Как дословно переводится с латинского языка термин «мультимедиа»: а) «Большой объём» б) «Многие знания» в) «Многие средства»	ПК-20
29.		3. Какой один из основных недостатков мультимедийных продуктов: а) требовательны к операционной системе б) требуют использования дорогостоящей аппаратуры в) требуют большого объёма памяти	ПК-20
30.		Особенности радио как средства массовой информации.	ПК-6
31.		Выразительные формообразующие и стилеобразующие средства радиожурналистики.	ПК-6
32.		Радио аудитория: особенности контакта, формы и методы изучения.	ПК-6
33.		Организационная структура радиостанции	ПК-6
34.		Типология современных печатных медиа.	ПК-6
35.		Деловые медиа в структуре медиа системы.	ПК-6
36.		Интернет и СМИ: процессы взаимовлияния и взаимопроникновения	ПК-6
37.		Типы рыночных структур в медиа индустрии.	ПК-6
38.		Информационные агентства как СМИ особого типа.	ПК-6
39.		Реклама в коммуникационном медиа процессе.	ПК-6
40.		Массовая аудитория. Цели и инструменты измерения аудитории.	ПК-6
41.		Что такое инфотейнмент	ПК-6
42.		Процессы и модели эффективности медиа.	ПК-6
43.		Структура понятия «свобода массовой информации»	ПК-6
44.		Отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит в: а) способах кодирования информации	ПК-6

		б) каналах связи в) целях передачи информации	
45.		Межличностная коммуникация — это такая коммуникация: а) ретиальная б) аксиальная в) невербальная	ПК-6

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на требованиях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на высоком уровне способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.