

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела



Директор Института филологии и
социальных коммуникаций

Перетятая О.С.

« 15 » _____ 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине

Медиарилейшиз

По направлению подготовки 42.04.02 Журналистика

(уровень магистратуры)

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Курс – ОФО – 2 курс (3 семестр), ЗФО – 3 курс (7 триместр)

Разработчик:

к.филол.н., доц. кафедры

журналистики и издательского дела

Куянцева Е.А.

Заведующий кафедрой

журналистики и издательского дела

Е.А. Куянцева

« 11 » _____ 2024 г., протокол № 5

Луганск, 2024

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) Управление проектами в СМИ и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины (модуля).

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО магистратура по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года № 529 (с изменениями и дополнениями).

1.3. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
ПК-4 – готовностью выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты	1.1._М.ПК-4. Знает основные направления и школы научных исследований в сфере журналистики имедиа. 1.2._М.ПК-4. Определяет поле исследования, разрабатывает или адаптирует методологию. 1.3._М.ПК-4 Собирает и анализирует информацию, применяя избранную методику, и формулирует полученные результаты 1.4._М.ПК-4 Формирует научный текст в соответствии с академическими правилами и форматами.

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
СМИ как партнер в реализации целей PR- и пресс-служб.	ПК-4	Устный опрос.
Управление связями со СМИ и взаимодействие с журналистами. .	ПК-4	Доклад/доклад-презентация на одну из предложенных тем
Аналитическое направление медиарилейшнз.	ПК-4	Устный опрос
Инструментарий пиар-специалиста.	ПК-4	Устный опрос
Создание PR-текстов для СМИ.	ПК-4	Устный опрос
Медиарилейшнз во время кризиса	ПК-4	Экзамен

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ПК-4	Знает: современные медиасистемы, их структуру, специфику российской и зарубежной моделей СМИ. Умеет: демонстрировать углубленные знания современных медиасистем, их структуры, специфики российской и зарубежной моделей СМИ. Владет навыками применения углубленных знаний современных медиасистем, их структуры, специфики российской и зарубежной моделей СМИ в своей профессиональной деятельности, при создании собственных авторских проектов

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов		
	ОФО	О-ЗФО	ЗФО
Устные ответы на семинарских занятиях	10		
Выполнение и защита практических / лабораторных работ	14		
Самостоятельная работа	16		
Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.)	60		
Всего	100		

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная система	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	Д – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	Е – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения	

		учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	
Неудовлетворительно	0–20	Г – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	Не зачтено

1.7. Образец оформления билета для экзамена

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

2024/2025 учебный год

кафедра журналистики и издательского дела

экзамен (устный/письменный) по дисциплине «Медиаарилейшнз»

Код/названия направлений подготовки 42.04.02 «Журналистика»

ОФО

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1.
2.
3. ...

Утверждено на заседании кафедры журналистики и издательского дела,
протокол от _____ 2024 г., протокол № ____.

Экзаменатор _____ Е.А. Куянцева

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Вопросы для устного опроса

Тема 1. СМИ как партнер в реализации целей PR- и пресс-служб.

Типология СМИ. Общественно значимые функции современной журналистики. СМИ как поле не только для информирования, но и для управления. СМИ как четвертая власть. Кто такие журналисты: портрет личности. Свобода слова и свобода информации. Правда, ложь, обман и умолчание в журналистике. Журналистские жанры.

Тема 2. Управление связями со СМИ и взаимодействие с журналистами.

Понятие и основные функции медиаарилейшнз. Пресс-секретарь: основные функции и принципы работы. Создание журналистского пула/базы журналистов. Принципы

взаимодействия с журналистами. Аналитическое направление деятельности. Креативное и организационное направления деятельности. Оценка эффективности медиарилейшнз.

Тема 3. Аналитическое направление медиарилейшнз.

Аналитические жанры журналистики в медиарилейшнз (пиар-деятельности (обзорная и проблемная статьи, статья-мнение, журналистское расследование, мониторинг, авторская статья)

Тема 4. Инструментарий пиар-специалиста.

Мероприятия для журналистов. Отношения со СМИ посредством Интернета. Работа с блоггерами.

Тема 5. Создание PR-текстов для СМИ.

Структура журналистского текста. PR-документы в отношениях со СМИ.

Тема 6. Медиарилейшнз во время кризиса.

Основные характеристики кризиса. Работа с медиа в период кризиса. Шаги по преодолению кризиса.

Темы для подготовки докладов (докладов-презентаций)

1. Новейшие политические PR-технологии
2. Правительственные PR-технологии: мировой и постсоветский опыт.
3. Новейшие рекламные и PR-технологии в бизнес-сфере.
4. Избирательные кампании в США и РФ: отличия и сходства.
5. Имидж президента РФ в российских и мировых СМИ

2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Типология СМИ.
2. Общественно значимые функции современной журналистики.
3. СМИ как поле не только для информирования, но и для управления.
4. СМИ как четвертая власть.
5. Кто такие журналисты: портрет личности.
6. Свобода слова и свобода информации.
7. Правда, ложь, обман и умолчание в журналистике.
8. Журналистские жанры.
9. Понятие и основные функции медиарилейшнз.
10. Пресс-секретарь: основные функции и принципы работы.
11. Создание журналистского пула/базы журналистов.
12. Принципы взаимодействия с журналистами.
13. Аналитическое направление деятельности.
14. Креативное и организационное направления деятельности.
15. Оценка эффективности медиарилейшнз.
16. Аналитические жанры журналистики в медиарилейшнз (пиар-деятельности (обзорная и проблемная статьи, статья-мнение, журналистское расследование, мониторинг, авторская статья).
17. Инструментарий пиар-специалиста.
18. Мероприятия для журналистов.
19. Отношения со СМИ посредством Интернета.
20. Работа с блоггерами.
21. Создание PR-текстов для СМИ.
22. Структура журналистского текста.
23. PR-документы в отношениях со СМИ.
24. Медиарилейшнз во время кризиса.
25. Основные характеристики кризиса.
26. Работа с медиа в период кризиса.
27. Шаги по преодолению кризиса в медиасфере.