

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

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института филологии и  
социальных коммуникаций  
Перетятая О.С.  
« 12 » августа 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации  
обучающихся по дисциплине  
Медийное сопровождение событий

По направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело  
(уровень магистратуры)  
Программа магистратуры: Редактор средств массовой информации  
Квалификация выпускника – магистр  
Форма обучения – очная  
Курс – 2 (3 семестр)

Разработчик  
к.филол.н., доцент  
Куянцева Е.А.

Заведующий кафедрой  
журналистики издательского дела  
« 11 » августа 2024 г., протокол № 5  
Е.А. Куянцева

Луганск, 2024

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) Медийное сопровождение событий 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 42.04.03 Издательское дело (программа магистратуры – редактор средств массовой информации), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 513 (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
ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знать: этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Уметь: демонстрировать разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиапродуктах ОПК-3.3. Владеть: методикой анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

### 1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Медиафера, понятие и классификации специальных событий	ОПК-3	Устный опрос.
Современные формы и виды специальных событий	ОПК-3	Устный опрос.
Формирование общей концепции мероприятия	ОПК-3	Доклад/доклад-презентация на одну из предложенных тем
Сценарий сопровождения специального события	ОПК-3	Устный опрос
Разработка сценария проведения мероприятия	ОПК-3	Устный опрос
Оценка эффективности специального события	ОПК-3	Подготовить телеинтервью
	ОПК-3	Зачет

### 1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-3	<b>Знает:</b> запросы и потребности общества; правовые и этические нормы деятельности сотрудников издательских предприятий; основные принципы планирования и организации деятельности; <b>Умеет:</b> планировать и организовывать процесс создания медиапродуктов; в профессиональной деятельности; подготавливать текстовые материалы

	<p>для публикации в СМИ; работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной);</p> <p><b>Владеет</b> навыками работы грамотно отвечать на запросы общественности; способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок.</p>
--	--

#### 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	40		
Самостоятельная работа	20		
Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.)	30		
<b>Всего</b>	<b>100</b>		

#### Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	<b>А</b> – 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	<b>В</b> – 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	<b>С</b> – 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	<b>Д</b> – 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	
Удовлетво-	50–62	<b>Е</b> – посредственно – теоретическое содержание	

нительно		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	<b>21–49</b>	<b>FX</b> – 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	Не зачтено
Неудовлетворительно	<b>0–20</b>	<b>F</b> – 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	

## 2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

### 2.1. Оценочные средства текущего контроля ( типовые)

#### Вопросы для устного опроса:

1. Медиафера, понятие и классификации специальных событий.
2. Медиафера как поле информационного взаимодействия в социуме.
3. Современные подходы к понятию «специальные события».
4. Тип организации и специальное событие.
5. Мероприятия, ориентированные на внешние ЦА.
6. Внутрикorporативные мероприятия. Мероприятия для СМИ.
7. Современные формы и виды специальных событий
8. Презентация, выставка, конференция, симпозиум, фестиваль, круглый стол, дискуссия.
9. Корпоративные праздники, спортивные мероприятия. Тим-билдинг, семинары, мастер-классы.
10. Пресс-конференция, пресс-ланч. Флеб-моб. Смарт-моб. Акции.
11. Подготовка обзора класса спецсобытия.
12. Подготовительный этап организации специального события.
13. Формирование общей концепции мероприятия
14. Выбор цели, анализ рынка и/или среды и контекста события, конкурентная среда, определение масштаба, названия мероприятия, тематики мероприятия
15. Целевая аудитория специального события: определение целевых групп, мотивационный анализ ЦА. Выбор площадки и времени проведения спецсобытия.
16. Продюсирование специальных событий.
17. Формирование основной идеи мероприятия, креативной концепции, разработка коммуникационной стратегии и тактики.
18. Формы репрезентации креативной концепции в фирменный стиль события, оформление площадки, сувенирная продукция, интерактивные элементы и др. сопровождающая атрибутика.

## 19. Медиапланирование в организации специального события.

### **Практические задания:**

1. Разработать сценарий проведения мероприятия: выбор цели, анализ рынка и/или среды и контекста события, конкурентная среда, определение масштаба, названия мероприятия, тематики мероприятия.

Подготовить презентацию.

2. Проанализировать и оценить организацию и проведение специального события (на выбор) в ЛНР.

### **Темы для подготовки доклада**

1. Креативные методики в формировании концепции мероприятия.
2. Методы оценки эффективности специального события.
3. Спонсорство и благотворительность специальных мероприятий. Кейтеринг.
4. Медиапланирование в организации спецсобытия.

### **Требования к оформлению доклада:**

- оформляется на листах формата А 4;
- шрифт Times New Roman, кегль – 14, поля – все по 20 мм, абзацный отступ – 1,25, выравнивание – по ширине;
- на первой странице доклада в правом верхнем углу указать ФИО, курс, направление подготовки;
- обязательно указать тему доклада.

### **Требования к оформлению презентации:**

- презентация обязательно должна содержать титульный слайд, на котором указывается название учебного заведения, название кафедры, тема и ФИО студента;
- слайды должны дополнять, а НЕ ДУБЛИРОВАТЬ доклад;
- заполнение слайда сплошным текстом НЕ ДОПУСКАЕТСЯ;
- информацию в презентации необходимо подавать в виде таблиц, схем, диаграмм, рисунков, изображений и т.п.;
- кегль должен быть не менее 30 пт;
- фон презентации – однотонный, текст презентации – читабельный.

### **Практические задания:**

Изучение дисциплины следует начинать с проработки тематического плана лекций, уделяя особое внимание структуре и содержанию темы и основных понятий. Изучение «сложных» тем следует начинать с составления логической схемы основных понятий, категорий, связей между ними. Целесообразно прибегнуть к классификации материала, в частности при изучении тем, в которых присутствует большое количество незнакомых понятий, категорий, теорий, концепций, либо насыщенных информацией типологического характера. Студенты должны составлять конспекты практических занятий, систематически готовиться к ним, вести глоссарий и быть готовы ответить на контрольные вопросы в ходе аудиторных занятий.

1. Чтение литературы согласно списку рекомендованных источников.
2. Работа в электронной образовательной среде;
3. Работа с конспектом.
4. Выписать из учебной литературы, предоставленной в списке, определение понятия медийное событие.

5. Найти информацию о конкретной коммерческой организации, личности, событии города Луганска. Использовать исключительно открытые источники информации.

7. Ознакомиться с форматом подачи материала на официальном сайте организаций и выделить общие и особенные функции пресс-службы в его оформлении: *Олимпийский комитет России*: <http://olympic.ru/>

*Луганская республиканская универсальная научная библиотека им. М. Горького*: <http://lib-lg.com/>

*Международный комитет Красного креста*: <https://www.icrc.org/ru>

8. Подготовить пресс-релиз мероприятия.

9. Промониторить корпоративные сайты коммерческий и образовательных учреждений на предмет дизайна и рубрик.

10. Подготовить событийный репортаж.

11. Подготовить биографию известного медийного лица.

12. Подготовить информационные материалы для проведения пресс-конференции по проблемам экологии города.

## **2.1. Оценочные средства промежуточной аттестации (зачет)**

3. Понятие и классификации специальных событий.

4. Сценарий в организации специального события: типы и функции сценариев.

5. Сценарий мультимедийного сопровождения.

6. Сценарий для ведущих мероприятия.

7. Сценарий технического сопровождения (райдер).

8. Сценарий музыкального и звукового сопровождения события.

9. Сценарий размещения и передвижения участников события.

10. Агентства специальных событий.

11. Спонсорство и благотворительность специальных мероприятий.

12. Кейтеринг.

13. Документационное обеспечение специального события.

14. Методы анализа среды/контекста специального события.

15. Сегментирование целевой аудитории.

16. Мотивационный анализ целевой аудитории.

17. Разработка фирменного стиля мероприятия.

18. Полиграфия специального события.

19. Ивент-фишки.

20. Разработка сценария проведения мероприятия.

21. Знакомство и разработка других типов сценария.

22. Разработка сценария проведения мероприятия.

23. Знакомство и разработка других типов сценария.

24. Знакомство с сопровождающей документацией специального события: договор, техзадание, сметная документация, отчет и др.

25. Внутренняя документация: план-график организации, бюджетный план, медиаплан, анкеты обратной связи, др. сопутствующая документация

26. Разработка индивидуального специального события

27. Оценка эффективности специального события.

28. Проведение специального события: управление процессом.

29. Антикризисный ивент-менеджмент.

30. Методы оценки эффективности специального события: медийная, коммуникативная, коммуникационная и маркетинговая эффективность

31. Проведение специального события.

32. Подготовка к проведению специального события.