


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.
« 10 »  2025 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Информационная политика и безопасность в медиасфере

По направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело

(уровень магистратуры)

Программа магистратуры: Редактор средств массовой информации


Квалификация выпускника – магистр

Форма обучение – очная

Курс – 2 (4 семестр)

Разработчик
канд. филол. наук, доц.
Куянцева Е.А.

Заведующий кафедрой
журналистики и издательского дела

 Е.А. Куянцева
« 09 » 01 2025 г., протокол № 5

Луганск, 2025

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) Информационная политика и безопасность в медиасфере 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-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знать: особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Уметь: управлять процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапродуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем ОПК-1.3. Владеть: технологиями планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией 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
Государственная информационная политика: сущность, принципы, направления, субъекты и объекты.	ОПК-1	Устный опрос. Написание и защита реферата.
Особенности властных отношений в информационном обществе.	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Информационное сопровождение деятельности органов государственной власти	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Средства массовой информации и коммуникации в структуре мировых информационных процессов.	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.

Информационная политика и реклама.		
Информационные войны, информационное оружие и массовое сознание	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита
Государственная политика в информационной сфере: мировой опыт.	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий.
Промежуточная аттестация	ОПК-1	Экзамен

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-1	<p>Знает: понятия «медиаменеджмент», «межкультурная коммуникация», «толерантность», «культурные и базовые человеческие ценности», «этнос», «конфессия»; о различиях в правилах и приемах коммуникации, принятых в разных сферах и этнических группах.</p> <p>Умеет: подтверждать на примерах понимание правил и приемов, характеризующих медиаменеджера; давать критическую оценку риторическим, стилистическим и языковым явлениям в коммуникации с редакционным коллективом, включающим различные этнические и культурные подходы к общественным процессам.</p> <p>Владет навыками: коммуникативными, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами медиаменеджмента с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий членов редакционного коллектива и адресатов медиапроектов.</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		
Всего	100		

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	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	
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	Зачтено
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	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – 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	

1.7. Образец экзаменационного билета

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

Дисциплина **Информационная политика и безопасность в медиасфере**

Кафедра журналистики и издательского дела

Курс 2 , Семестр 4

Направление подготовки: 42.04.03 Издательское дело

Форма обучения очная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Информационное оружие: понятие, виды, последствия применения.
2. Медиатизация власти и политических отношений
3. Дайте определение понятиям «глобализация», «информационное общество», «информационная война». Приведите примеры современных информационных войн.

Экзаменатор

Е.А. Куянцева

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Вопросы для устного опроса:

Тема 1. Государственная информационная политика: сущность, принципы, направления, субъекты и объекты

Генезис и современное состояние государственной политики в информационной сфере.

Концептуально-идеологический и технико-технологический векторы государственной информационной политики.

Информационная политика как редакционная политика массмедиа.

Информационная политика как политика информатизации.

Информационная политика как администрирование информационных потоков.

Информационная политика как набор стратегий и тактик позиционирования.

Системное понимание информационной политики.

Внутренняя и внешняя информационная политика государства.

Центральный, региональный и местный уровни государственной политики в информационной сфере.

Тема 2. Особенности властных отношений в информационном обществе

Информационное общество: понятие и признаки.

Основные признаки информационного общества; массовая информация, высокоразвитая информационная инфраструктура; информатизация и организованный доступ к информации; свободный обмен и информационный рынок как признак информационного общества.

Приоритетное развитие информационной индустрии информационного общества.

Информационная культура как признак информационного общества.

Информационное общество и власть.

Особенности властных отношений в информационном обществе.

Особенности теории межличностной, специализированной и массовой коммуникации.

Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.

Представление о коммуникации как о процессе и структуре; коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации.

Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации; выявления альтернатив по решению целей; стратегическое планирование; выбор аудиторий и средств коммуникации; организация работ по реализации планов; мотивация участников; контроль результатов; сбор и анализ информации по предварительным итогам работы по реализации планов.

Формирование бюджета, оценка эффективности и результата.

Тема 3. Информационное сопровождение деятельности органов государственной власти

Проблема транспарентности и открытости в деятельности органов власти и местного самоуправления

Понятие, виды и функции информации в деятельности органов государственной власти.

Информационное сопровождение принятия административно-государственных решений.

Цели, задачи и технологии информационного сопровождения.

Информационное сопровождение процессов планирования и реализации приоритетных национальных проектов России.

Особенности информационно-разъяснительной деятельности информационных служб и подразделений по связям с общественностью в органах государственной власти.

Права граждан и основные способы обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: обнародование (опубликование); размещение в сети Интернет; размещение в помещениях, занимаемых указанными органами, и в иных отведенных для этих целей местах; ознакомление в помещениях, занимаемых указанными органами, а также через библиотечные и архивные фонды; присутствие на заседаниях коллегиальных органов; предоставление информации по запросу; другие способы.

Тема 4. Средства массовой информации и коммуникации в структуре мировых информационных процессов. Информационная политика и реклама

Медиатизация власти и политических отношений.

Свобода слова: философские и политологические аспекты.

Проблемы развития системы средств массовой информации и коммуникации на федеральном, региональном и местном уровнях.

Проблемы менеджмента в СМИ и СМК.

Трансформация роли и возможностей СМИ и СМК в условиях развития информационного общества и глобализации.

Феномен информационного превосходства, информационная асимметрия. Иные типы информационных ресурсов.

Противостояние интересов общества и государства в информационном пространстве: особенности и проблемы.

Роль рекламы в политической системе общества.

Виды рекламы: коммерческая, социальная, политическая.

Понятия эффекта и эффективности рекламы.

Цели, задачи и функции рекламы в информационной политике государства; муниципальной информационной политике.

Использование психологических эффектов массовой коммуникации в информационной политике; понятия подражания и заражения; понятие массовых вкусов; закономерности массового поведения и реклама, социально-психологическое воздействие рекламы на потребителя.

Тема 5. Информационные войны, информационное оружие и массовое сознание

Понятие информационной войны.

Причины и факторы информационных войн в современном мире.

Типы информационных войн.

Противоборствующие стороны в информационных войнах.

Кибератака и кибертерроризм.

Примеры информационных войн из отечественной и мировой практики.

Средств и технологии ведения информационных войн: психологические, идеологические, технико-технологические.

Информационное оружие: понятие, виды, последствия применения.

Тема 6. Государственная политика в информационной сфере: мировой опыт

Глобализация как вектор развития информационного пространства.

Мировая практика политики в информационной сфере: государственный, межгосударственный, надгосударственный уровни.

Мировые информационные ресурсы: взаимодействие интересов и норм.

Государственная политика в информационной сфере: опыт США, Великобритании, Франции, Германии.

Дать определения следующим понятиям:

Глобализация.

Информация.

Информационная политика.

Информационный ресурс.

Политика информационной безопасности.

Коммуникативный процесс.

Коммуникационный менеджмент.

Реклама в политической системе общества.

Эффект рекламы.

Эффективность рекламы.

Кибератака.

Кибертерроризм.

Информационная война.

Информационное оружие.

Информационная технология.

3. Вопросы для экзамена

1. Генезис и современное состояние государственной политики в информационной сфере.
2. Информационная политика как редакционная политика массмедиа.
3. Информационная политика как политика информатизации.
4. Информационная политика как администрирование информационных потоков.
5. Информационная политика как набор стратегий и тактик позиционирования.
6. Внутренняя и внешняя информационная политика государства.
7. Информационное общество: понятие и признаки.
8. Развитие информационной индустрии информационного общества.
9. Информационная культура в современном информационном обществе.
10. Информационное общество и власть.
11. Особенности властных отношений в информационном обществе.

12. Теория межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
13. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.
14. Коммуникационный менеджмент.
15. Проблема транспарентности и открытости в деятельности органов власти и местного самоуправления.
16. Понятие, виды и функции информации в деятельности органов государственной власти.
17. Информационное сопровождение принятия административно-государственных решений.
18. Цели, задачи и технологии информационного сопровождения.
19. Информационное сопровождение процессов планирования и реализации приоритетных национальных проектов России.
20. Особенности информационно-разъяснительной деятельности информационных служб и подразделений по связям с общественностью в органах государственной власти.
21. Права граждан и основные способы обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.
22. Медиатизация власти и политических отношений.
23. Свобода слова: философские и политологические аспекты.
24. Проблемы развития системы средств массовой информации и коммуникации на федеральном, региональном и местном уровнях.
25. Проблемы менеджмента в СМИ и СМК.
26. Трансформация роли и возможностей СМИ и СМК в условиях развития информационного общества и глобализации.
27. Феномен информационного превосходства, информационная асимметрия. Иные типы информационных ресурсов.
28. Противостояние интересов общества и государства в информационном пространстве: особенности и проблемы.
29. Роль рекламы в политической системе общества.
30. Виды рекламы: коммерческая, социальная, политическая.
31. Эффект и эффективность рекламы.
32. Цели, задачи и функции рекламы в информационной политике государства; муниципальной информационной политике.
33. Использование психологических эффектов массовой коммуникации в информационной политике.
34. Понятие информационной войны.
35. Причины и факторы информационных войн в современном мире.
36. Типы информационных войн.
37. Противоборствующие стороны в информационных войнах.
38. Кибератака и кибертерроризм.
39. Средства и технологии ведения информационных войн: психологические, идеологические, технико-технологические.
40. Информационное оружие: понятие, виды, последствия применения.
41. Глобализация как вектор развития информационного пространства.
42. Мировая практика политики в информационной сфере: государственный, межгосударственный, надгосударственный уровни.
43. Мировые информационные ресурсы: взаимодействие интересов и норм.
44. Государственная политика в информационной сфере (опыт США, Великобритании, Франции, Германии).