

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 » сентября 2025 г.

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

Медиаархивиз

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., доц. кафедры

журналистики и издательского дела

Куянцева Е.А.

Заведующий кафедрой

журналистики и издательского дела

Е.А. Куянцева
« 9 » сентября 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) 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 42.04.03 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
СМИ как партнер в реализации целей PR- и пресс-служб.	ОПК-1	Устный опрос.
Управление связями со СМИ и взаимодействие с журналистами. .	ОПК-1	Доклад/доклад-презентация на одну из предложенных тем
Аналитическое направление медиарелейшнз.	ОПК-1	Устный опрос
Инструментарий пиар-специалиста.	ОПК-1	Устный опрос
Создание PR-текстов для СМИ.	ОПК-1	Устный опрос
Медиарелейшнз во время кризиса	ОПК-1	Экзамен

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-1	Знает: современную научную парадигму в области массовой коммуникации, современные концепции массовой коммуникации, основные положения теории журналистики, спектр функций СМИ и

	<p>значение роли аудитории в медиапроцессах.</p> <p>Умеет: анализировать современную научную парадигму в области массовой коммуникации, современные концепции массовой коммуникации, основные положения теории журналистики, спектр функций СМИ и роль аудитории в медиапроцессах; сравнивать научные концепции.</p> <p>Владеет навыками использовать современную научную парадигму в области массовой коммуникации, современные концепции массовой коммуникации, основные положения теории журналистики, знание спектра функций СМИ и роли аудитории в медиапроцессах в собственной медийной практике.</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	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	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	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»)**

2025/2026 учебный год

кафедра журналистики и издательского дела
экзамен (устный/письменный) по дисциплине **«Медиаарилейшнз»**
Код/названия направлений подготовки **42.04.03 «Издательское дело»**
ОФО

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1.
2.
3. ...

Утверждено на заседании кафедры журналистики и издательского дела,
протокол от ____августа 2025 г., протокол № 1.

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 медиарилейшнз. 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 медиарелейшнз (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. Медиарелейшнз во время кризиса.
25. Основные характеристики кризиса.
26. Работа с медиа в период кризиса.
27. Шаги по преодолению кризиса в медиасфере.