

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

 О.С. Перетятая

« 10 »  2025 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  
Программа магистратуры: Редактор средств массовой информации  
Квалификация выпускника - магистр  
Форма обучения – очная  
Курс - ОФО – 2 курс (3 семестр)

Разработчик  
ст. преп. Турилова А.О.

Заведующий кафедрой журналистики и  
издательского дела

 Куянцева Е.А.  
« 9 »  2025 г., протокол № 6

Луганск, 2025

## 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

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

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
PR-сопровождение проектов или отдельных мероприятий.	ОПК-3	Устный опрос
Основные задачи для PR-технолога (медиаспециалиста).	ОПК-3	Подготовка мультимедийных презентаций
Медиасопровождение этапа проекта, урока или события.	ОПК-3	Устный опрос
Информационное сопровождение проекта.	ОПК-3	Устный опрос
Медиасопровождение мероприятия.	ОПК-3	Подготовка мультимедийных презентаций
Разработка концепции и стилистики мероприятия	ОПК-3	Подготовка мультимедийных презентаций
Промежуточная аттестация	ОПК-3	Экзамен (устный)

### 1.3. Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-3	<b>Знать:</b> специфику организации и медиасопровождения мероприятий; <b>Уметь:</b> планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; <b>Владеть:</b> основными технологиями рекламной, выставочной, event деятельности.

### 1.4. Описание показателей формирования компетенций

#### Система оценивания учебных достижений студентов очной формы обучения

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
<b>3 семестр</b>	
Практические занятия (13 пр * 5 б)	65
Контроль самостоятельной работы студента	15
Экзамен	20
<b>Итого</b>	<b>100</b>

#### Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	<b>90–100</b>	<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	<b>83–89</b>	<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	<b>75–82</b>	<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	<b>63–74</b>	<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	
Удовлетворительно	<b>50–62</b>	<b>Е</b> – 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	<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. Основные задачи для PR-технолога (медиаспециалиста).
2. Анализ информационной и маркетинговой ситуации (совместно с маркетологом).
3. Взаимодействие с представителями прессы, организация пресс-конференций, выходов в СМИ.
4. Определение коммуникационной стратегии, создание концепции PR сопровождения.
5. Разработка сценарного плана, подготовительные и административные работы. Проведение запланированных мероприятий.
6. Анализ эффективности мероприятия.
7. Составление рекомендаций по дальнейшему сопровождению.

8. Подготовка отчета по итогам проделанной работы.
9. Медиа сопровождение этапа проекта, урока или события.
10. Сопровождение информационной кампании в социальных сетях (SMO), сайтах (подготовка и размещение).
11. Заполнение шаблонов и сценариев (рекламных роликов, промо-акций, презентаций и других событий).
12. Подготовка информационного, фото и видео материала о работе участников и команд.
13. Сценирование и проведение представления этапа проекта, урока, события.
14. Подготовка документов, запись и монтаж видеоматериалов представления.
15. Информационное сопровождение проекта.
16. Определение целевых аудиторий и приоритетных каналов коммуникации.
17. Медиапланирование.
18. Подготовка новостных поводов, рейтинг пресс-материалов; заготовки пресс-релизов и заготовки новостей.
19. Инициирование публикаций в СМИ. Подготовка PR- и промо-акций.
20. Разработка и проведение отраслевых и региональных PR-кампаний.
21. Подготовка и проведение пресс-мероприятий.
22. Пиар-мероприятия (пресс-туры, пресс-ланчи, пресс-конференции и брифинги и т.д.).
23. Проведение информационной кампании в социальных сетях (SMO). Подготовка легенд для работы в социальных сетях и блогах.
24. Подготовка и проведение видеоконференций, вебинаров.
25. Разработка шаблонов и сценариев (рекламных роликов, промо-акций, презентаций и других событий).
26. Подготовка и участие в монтаже информационный, фото и видеоматериалов для представления и защиты проекта.
27. Подготовка и сопровождение и запись представления и защиты проекта.
28. Пресс-клиппинг и анализ результатов информационной кампании.
29. Подготовка информационных материалов, которые помогут в создании статей (экспертные мнения, интервью).
30. Разработка концепции и стилистики мероприятия.
31. Анимационное и графическое оформление.
32. Подготовка промо продуктовой линейки.
33. Анонс мероприятия.
34. Рекламный ролик.
35. Подготовка формата презентаций.
36. Графическое оформление раздаточных и навигационных материалов.
37. Подготовка пресс-релизов.
38. Видео-сопровождение мероприятия.
39. Ролик-открытие.
40. Видеовизитка.
41. Онлайн-трансляции на экраны и/или в интернет.
42. Оперативный контент (фото, видео, текст).
43. Организация интерактивных зон, фотозоны.
44. Интерактивная карта (навигация).
45. После мероприятия: итоговый фильм, отчётный ролик, видеоотзывы участников/спикеров, фотоотчет.
46. Полные записи выступлений с презентациями.
47. Backstage (фильм о подготовке).
48. Подготовка пост-релизов.

## **Темы для подготовки мультимедийных презентаций и докладов**

1. Основные задачи для PR-технолога (медиаспециалиста)
2. Взаимодействие с представителями прессы, организация пресс-конференций, выходов в СМИ
3. Определение коммуникационной стратегии, создание концепции PR сопровождения
4. Сопровождение информационной кампании в социальных сетях (SMO), сайтах (подготовка и размещение)
5. Медиапланирование
6. Подготовка информационного, фото и видео материала о работе участников и команд.

### **Практические задания**

Для составления контент-плана нужно определить цели и задачи проекта, а также целевую аудиторию и особенности ее поведения в сети.

В контент-плане нужно задать количество и тип контента (например, посты в социальных сетях, статьи на сайте, видео-ролики), сроки его создания и публикации, а также каналы распространения.

Контент-план можно составить в виде таблицы, указывая даты, тип контента, тему/заголовок, описание и ссылки на источники, если необходимо.

## **2.2. Оценочные средства промежуточной аттестации (устный зачет)**

### **Вопросы к экзамену**

1. Основные задачи для PR-технолога (медиаспециалиста).
2. Анализ информационной и маркетинговой ситуации (совместно с маркетологом).
3. Взаимодействие с представителями прессы, организация пресс-конференций, выходов в СМИ.
4. Определение коммуникационной стратегии, создание концепции PR сопровождения.
5. Разработка сценарного плана, подготовительные и административные работы. Проведение запланированных мероприятий.
6. Анализ эффективности мероприятия.
7. Составление рекомендаций по дальнейшему сопровождению.
8. Подготовка отчета по итогам проделанной работы.
9. Медиа сопровождение этапа проекта, урока или события.
10. Сопровождение информационной кампании в социальных сетях (SMO), сайтах (подготовка и размещение).
11. Заполнение шаблонов и сценариев (рекламных роликов, промо-акций, презентаций и других событий).
12. Подготовка информационного, фото и видео материала о работе участников и команд.
13. Сценирование и проведение представления этапа проекта, урока, события.
14. Подготовка документов, запись и монтаж видеоматериалов представления.
15. Информационное сопровождение проекта.
16. Определение целевых аудиторий и приоритетных каналов коммуникации.
17. Медиапланирование.
18. Подготовка новостных поводов, рейтинг пресс-материалов; заготовки пресс-релизов и заготовки новостей.
19. Инициирование публикаций в СМИ. Подготовка PR- и промо-акций.

20. Разработка и проведение отраслевых и региональных PR-кампаний.
21. Подготовка и проведение пресс-мероприятий.
22. Пиар-мероприятия (пресс-туры, пресс-ланчи, пресс-конференции и брифинги и т.д.).
23. Проведение информационной кампании в социальных сетях (SMO). Подготовка легенд для работы в социальных сетях и блогах.
24. Подготовка и проведение видеоконференций, вебинаров.
25. Разработка шаблонов и сценариев (рекламных роликов, промо-акций, презентаций и других событий).
26. Подготовка и участие в монтаже информационный, фото и видеоматериалов для представления и защиты проекта.
27. Подготовка и сопровождение и запись представления и защиты проекта.
28. Пресс-клиппинг и анализ результатов информационной кампании.
29. Подготовка информационных материалов, которые помогут в создании статей (экспертные мнения, интервью).
30. Разработка концепции и стилистики мероприятия.
31. Анимационное и графическое оформление.
32. Подготовка промо продуктовой линейки.
33. Анонс мероприятия.
34. Рекламный ролик.
35. Подготовка формата презентаций.
36. Графическое оформление раздаточных и навигационных материалов.
37. Подготовка пресс-релизов.
38. Видео-сопровождение мероприятия.
39. Ролик-открытие.
40. Видеовизитка.
41. Онлайн-трансляции на экраны и/или в интернет.
42. Оперативный контент (фото, видео, текст).
43. Организация интерактивных зон, фотозоны.
44. Интерактивная карта (навигация).
45. После мероприятия: итоговый фильм, отчётный ролик, видеоотзывы участников/спикеров, фотоотчет.
46. Полные записи выступлений с презентациями.
47. Backstage (фильм о подготовке).
48. Подготовка пост-релизов.
49. Подготовка информационного, фото и видео материала о работе участников и команд.
50. Сценирование и проведение представления этапа проекта, урока, события.
51. Подготовка документов, запись и монтаж видеоматериалов представления.
52. Информационное сопровождение проекта.
53. Определение целевых аудиторий и приоритетных каналов коммуникации.
54. Медиапланирование.
55. Подготовка новостных поводов, рейтинг пресс-материалов; заготовки пресс-релизов и заготовки новостей.
56. Инициирование публикаций в СМИ. Подготовка PR- и промо-акций.
57. Разработка и проведение отраслевых и региональных PR-кампаний.
58. Подготовка и проведение пресс-мероприятий.
59. Пиар-мероприятия (пресс-туры, пресс-ланчи, пресс-конференции и брифинги и т.д.).
60. Разработка концепции и стилистики мероприятия.
61. Анимационное и графическое оформление.
62. Подготовка промо продуктовой линейки.

63. Анонс мероприятия.
64. Рекламный ролик.
65. Подготовка формата презентаций.
66. Графическое оформление раздаточных и навигационных материалов.
67. Подготовка пресс-релизов.
68. Видео-сопровождение мероприятия.
69. Ролик-открытие.
70. Видеовизитка.