

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  
« 15 » \_\_\_\_\_ 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации  
обучающихся по дисциплине  
Современные зарубежные СМИ

По направлению подготовки 42.04.02 Журналистика  
Квалификация выпускника – магистр  
Форма обучения – очная, заочная  
Курс – ОФО - 1 курс (2 семестр), ЗФО – 2 курс (4 триместр)

Разработчик  
старший преподаватель кафедры  
журналистики и издательского дела  
Каторгина Д.Ю.  
Заведующий кафедрой  
журналистики и издательского дела  
\_\_\_\_\_ Е.А. Куянцева

Протокол  
от « 11 » \_\_\_\_\_ 20 24 г. № 5

Луганск, 2024

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) «Современные зарубежные 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 бакалавриат по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08 июня 2017 года № 529 (с изменениями и дополнениями и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 04 августа 2014 года № 534н, от 28 октября 2014 года № 811н, от 04 августа 2014 года № 538н, от 04 августа 2014 года №533н, от 17 января 2017 года № 40н.

### 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
Общепрофессиональные	
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1.1_М.ОПК-5. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных Медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. 1.2_М.ОПК-5. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.

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

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
СМИ в глобальном информационном пространстве. Новые тенденции в зарубежных СМИ на рубеже тысячелетий.	ОПК-5	Устный опрос. Картотека научных публикаций
СМИ Европейских стран во второй половине XX века – начале XXI века.	ОПК-5	Устный опрос.
Журналистика стран Азии, Африки, Латинской Америки на современном этапе.	ОПК-5	Устный опрос.
СМИ постсоветских стран.	ОПК-5	Устный опрос.
Современное состояние СМИ стран Западной Европы и США.	ОПК-5	Мультимедийная презентация

Современная журналистика стран Северной, Юго-Восточной Европы	ОПК-5	Контрольная работа
Промежуточная аттестация	ОПК-5	Экзамен (устный)

### 1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-5	Знает историю развития мировых зарубежных СМИ; Умеет охарактеризовать новейшие тенденции развития средств массовой информации; Владеет навыками коммуникативных технологий.

### 1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования Система оценивания учебных достижений студентов очной формы обучения

Вид учебной работы	Количество баллов
<b>2 семестр</b>	
Ответы на практических занятиях	40
Контрольно-модульная работа	20
Самостоятельная работа	10
Экзаменационная работа	30
<b>Всего за год:</b>	<b>100</b>

### 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	<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	
Удовлетворительно	50–62	<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	21–49	<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	
Неудовлетворительно	0–20	<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	Не зачтено

## 2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

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

#### Вопросы для устного опроса

1. Использование СМИ в качестве инструмента управления
2. Вовлеченность СМИ в геополитические процессы
3. Понятие глобализации СМИ
4. Медиатизация политики
5. Информационные стратегии СМИ при освещении внешнеполитических процессов. Информирование.
6. Информационные стратегии СМИ при освещении внешнеполитических процессов. Лоббирование.
7. Информационные стратегии СМИ при освещении внешнеполитических процессов. Пропаганда.
8. Информационные стратегии СМИ при освещении внешнеполитических процессов. Манипулирование.
9. Окончание «холодной войны» и журналистика.
10. Новые информационные технологии и журналистика
11. Журналистика и информационное общество
12. Новые тенденции развития СМИ. Дигитализация.
13. Новые тенденции развития СМИ. Конвергенция.
14. Новые тенденции развития СМИ. Мультимедиатизация.
15. Новые тенденции развития СМИ. Интерактивность.
16. Новые тенденции развития СМИ. Демассификация.
17. Новые тенденции развития СМИ. Коммерциализация.
18. Новые тенденции развития СМИ. Концентрация собственности
19. Новые тенденции развития СМИ. Кризисные явления в международной журналистике.
20. Новые тенденции развития СМИ. Журналистика и «общество знаний».

21. Становление и развитие СМИ центральной и Восточной Европы после Второй мировой войны. Период 1944/45 – 1948 гг.
22. Становление и развитие СМИ центральной и Восточной Европы после Второй мировой войны. Период 1948 – 1989 гг.
23. Политические кризисы в странах Центральной и Восточной Европы во второй половине XX века и борьба за свободу слова и печати.
24. Общие тенденции развития журналистики стран Центральной и Восточной Европы после 1989 года.
25. СМИ Китайской Народной Республики.
26. Особенности развития СМИ Индии.
27. СМИ Африки.
28. СМИ Латинской Америки.
29. СМИ Франции.
30. СМИ Германии.
31. СМИ Великобритании.
32. СМИ Болгарии.
33. СМИ Финляндии.
34. СМИ Швеции.
35. СМИ Испании.
36. СМИ Италии.
37. СМИ США.
38. СМИ Японии.
39. Преобразования в журналистике постсоветских стран в начале 90-х гг.
40. Информационное законодательство постсоветских стран: сравнительный аспект.

#### **Темы для подготовки мультимедийных презентаций**

*Медиамагнаты и знаменитые журналисты стран Западной Европы и Америки.*

*Рекомендуемый список медиамагнатов и журналистов*

1. Джозеф Пулитцер
2. Эгон Эрвин Киш
3. Боб Вудвард
4. Хантер Томпсон
5. Тед Тернер
6. Руперт Мердок
7. Роберт Максвелл
8. Аксель Шпрингер
9. Хью Хефнер
10. Рэндольф Херст
11. Эрнест Хемингуэй
12. Сильвио Берлускони
13. Карлос Слим
14. Говард Стерн
15. Опра Уинфри
16. Аксель Шпрингер

#### **Вопросы для проведения контрольной работы**

1. Медиакомпании как многоступенчатые предприятия СМИ
2. Действующие медиакомпании на вещательном рынке
3. Действующие медиакомпании на печатном рынке
4. Действующие медиакомпании на рынке кинопроизводства
5. Действующие медиакомпании на рынке звукозаписи
6. Рейтинг ведущих медиакомпаний: Google

7. Рейтинг ведущих медиакомпаний: Discovery
8. Рейтинг ведущих медиакомпаний: Time Warner
9. Рейтинг ведущих медиакомпаний: Walt Disney
10. Рейтинг ведущих медиакомпаний: News Corp
11. Рейтинг ведущих медиакомпаний: Comcast
12. Рейтинг ведущих медиакомпаний: Gannett
13. Медиамагнаты и знаменитые журналисты стран Западной Европы и Америки

**Список ресурсов для формирования картотеки научных публикаций «Современные зарубежные СМИ как объект научных исследований»  
(за период текущего года)**

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика
2. Журналист. Социальные коммуникации
3. Медиаальманах
4. Медиаскоп

**2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)**

1. Британский сегмент газетной империи Руперта Мердока
2. Вовлеченность СМИ в геополитические процессы
3. Воздействие факторов глобализации на становление информационного общества.
4. Журналистика и информационное общество
5. Законодательное регулирование СМИ Иордании
6. Информационное законодательство постсоветских стран: сравнительный аспект.
7. Информационные стратегии СМИ при освещении внешнеполитических процессов. Информирование.
8. Информационные стратегии СМИ при освещении внешнеполитических процессов. Лоббирование.
9. Информационные стратегии СМИ при освещении внешнеполитических процессов. Пропаганда.
10. Информационные стратегии СМИ при освещении внешнеполитических процессов. Манипулирование.
11. Информация и дезинформация в деятельности зарубежных средств массовой информации.
12. Информация как определяющий фактор современного развития.
13. Использование СМИ в качестве инструмента управления
14. Медиа-система Польши на современном этапе
15. Медиатизация политики
16. Модернизация редакционного менеджмента немецких газет
17. Национальное своеобразие массмедиа зарубежных стран
18. Новые информационные технологии и журналистика
19. Новые тенденции развития СМИ. Демассификация.
20. Новые тенденции развития СМИ. Дигитализация.
21. Новые тенденции развития СМИ. Журналистика и «общество знаний».
22. Новые тенденции развития СМИ. Интерактивность.
23. Новые тенденции развития СМИ. Коммерциализация.
24. Новые тенденции развития СМИ. Конвергенция.
25. Новые тенденции развития СМИ. Концентрация собственности
26. Новые тенденции развития СМИ. Кризисные явления в международной журналистике.
27. Новые тенденции развития СМИ. Мультимедиатизация.

28. Общие тенденции развития журналистики стран Центральной и Восточной Европы после 1989 года.
29. Окончание «холодной войны» и журналистика.
30. Особенности развития СМИ Индии.
31. Политические кризисы в странах Центральной и Восточной Европы во второй половине XX века и борьба за свободу слова и печати.
32. Политические партии и журналистика: принципы взаимодействия.
33. Понятие глобализации СМИ
34. Преобразования в журналистике постсоветских стран в начале 90-х гг.
35. Проблемы современной арабской журналистики
36. Роль средств массовой информации в общественных процессах демократического общества.
37. СМИ Африки.
38. СМИ Болгарии.
39. СМИ Великобритании.
40. СМИ Германии.
41. СМИ и борьба за общественное мнение в глобальной войне
42. СМИ Испании.
43. СМИ Италии.
44. СМИ Китайской Народной Республики.
45. СМИ Латинской Америки.
46. СМИ США.
47. СМИ Финляндии.
48. СМИ Франции.
49. СМИ Швеции.
50. СМИ Японии.
51. Современное состояние СМИ Пакистана
52. Современные СМИ в глобальном мире
53. Средства массовой информации в условиях глобализации рыночной экономики.
54. Средства массовой информации в условиях перехода развитых стран к информационному обществу.
55. Становление и развитие СМИ центральной и Восточной Европы после Второй мировой войны. Период 1944/45 – 1948 гг.
56. Становление и развитие СМИ центральной и Восточной Европы после Второй мировой войны. Период 1948 – 1989 гг.
57. Становление СМИ в Сахарской Арабской Демократической
58. Теория и практика работы зарубежного издания
59. Теория информационного общества: этапы становления.
60. Транснациональные корпорации средств массовой информации и их место в современной экономике развитых стран.
61. Трансформация модели качественного издания Великобритании
62. Турецкие массмедиа: история и современность
63. Экономическая политика западных государств в средствах массовой информации.
64. В какой из стран наиболее развито законодательство в области СМИ?  
А. Исландия Б. Португалия В. Венесуэла Г. Канада
65. Какая из перечисленных газет является общенациональной в США?  
А. The New York Times Б. USA Today В. Washington Post Г. Chicago Daily News
66. Современные качественные печатные издания Великобритании. Уберите лишнее:  
А. The Independent Б. The Guardian В. The Times Г. The Sun
67. Основной целью Международной организации журналистов (МОЖ) является  
А. Регулирование импорта и экспорта журналистской продукции  
Б. Предоставление информации об обстоятельствах, могущих вызвать загрязнение

окружающей среды

В. Отделение сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию от мнения

Г. Защита мира, укрепление дружбы и сотрудничества между нациями с помощью свободного, правдивого и честного информирования общественности, защита свободы печати и прав журналистов

68. Газета «Таймс» – это

- а) образец «качественной» прессы
- б) вашингтонская газета
- в) инициатор создания «клонов»
- г) аналог The New York Illustrated Daily News

69. «Ассошиэйтед пресс» – это

- а) государственное информационное агентство (Великобритания)
- б) государственное информационное агентство с участием частного капитала (США)
- в) мировое информационное агентство (Великобритания) в виде кооперативного объединения прессы
- г) мировое информационное агентство (США) в виде кооперативного объединения прессы

70. В развитии сетевых коммуникаций лидирующее положение в современном мире занимают

- а) скандинавские страны и США
- б) США и Великобритания
- в) Франция, Великобритания и Италия
- г) Китай и США