

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Сухоlet Ирина Наумовна

Должность: ректор

Дата подписания: 02.09.2024 21:46:46

Уникальный программный ключ:

90b04a8fcdf24f39034a47d003e725667d57043e870b41a3cee22df0848bbe2c



«ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА»

ПРИЛОЖЕНИЕ 5 К ООП

УТВЕРЖДЕНО УЧЕНЫМ СОВЕТОМ ИСИ В СОСТАВЕ ООП

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

МЕДИАКРИТИКА

Образовательная программа

Журналистика

Направление подготовки **42.04.02 Журналистика**

Уровень высшего образования

Бакалавриат



Разработчик оценочных средств:

Вакурова Н.В., зав. кафедрой Журналистики и массовых коммуникаций, кандидат филологических наук, доцент

АНО ВО Институт современного искусства



Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся базируется на перечне компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения всех результатов обучения, запланированных для дисциплины «Введение в профессию».

ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формирующимися компетенциями в процессе освоения дисциплины.

ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Код и содержание компетенции
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Индикаторы и результаты обучения. Дескрипторы - основные признаки освоения компетенций (показатели достижения результатов обучения. Критерии оценивания
Знать этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса
Знать на высоком уровне тенденции и особенности развития отечественного и мирового культурного процесса
Знать на среднем уровне этапы, особенности и тенденции развития культуры в России и за рубежом, принципы освещения культурных событий в СМИ
Знать на низком уровне особенности социально-культурного развития страны и мира, роль СМИ в формировании культуры общества, специфику арт-журналистики и методы работы журналиста при создании медиатекстов по теме культуры и искусства
Уметь анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов
Уметь на высоком уровне анализировать достижения отечественной и мировой



культуры в процессе подготовки и написания медиатекстов
Уметь на среднем уровне осуществлять подготовку аналитических материалов на темы культуры и искусства
Уметь на низком уровне осуществлять подготовку художественно-публицистических материалов, в том числе сценариев теле- и радио передач на темы культуры и искусства
Владеть навыками использования разноплановой эрудиции в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах
Владеть на высоком уровне навыками создания медиатекстов на темы культуры и искусства на основе знаний в сфере отечественной и мировой культуры, а также с учетом норм русского языка и культуры речи
Владеть на среднем уровне навыками написания текстов с учетом знаковых систем различных медиаканалов на основе знаний об особенностях и тенденциях развития мировой и отечественной культуры
Владеть на низком уровне навыками арт-журналистики, создания медиатекстов с учетом норм русского языка и стилистики и на основе разноплановой эрудиции в сфере отечественной и мировой культуры

ПК-2 Способен управлять созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, оценивать позиции канала на медиарынке, планировать будущие теле- и радиовещательные проекты и осуществлять их продвижение
Индикаторы и результаты обучения. Дескрипторы - основные признаки освоения компетенций (показатели достижения результатов обучения. Критерии оценивания
<ul style="list-style-type: none">– Знать Конъюнктуру рынка медиапродуктов– Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики– Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические)– Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания– Инновационный опыт в сфере СМИ– Правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости)
Основы этики и психологии делового общения
<ul style="list-style-type: none">– Знать на высоком уровне Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические)



<ul style="list-style-type: none">– Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания– Инновационный опыт в сфере СМИ
<ul style="list-style-type: none">– Знать на среднем уровне правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости) <p>Основы этики и психологии делового общения</p>
<ul style="list-style-type: none">– Знать на низком уровне конъюнктуру рынка медиапродуктов– Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики
<p>Уметь анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке</p> <ul style="list-style-type: none">– Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ– Обосновывать и принимать стратегические решения– Выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике– Сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями– Моделировать структуру новых продуктов– Устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации– Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений– Готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации– Создавать положительный имидж организации
<p>Уметь на высоком уровне анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке</p> <ul style="list-style-type: none">– Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ– Обосновывать и принимать стратегические решения
<ul style="list-style-type: none">– Уметь на среднем уровне выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике– Сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями– Моделировать структуру новых продуктов– Устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для



средств массовой информации
<ul style="list-style-type: none">– Уметь на низком уровне использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений– Готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации <p>Создавать положительный имидж организации</p>
<ul style="list-style-type: none">– Владеть Определение необходимости исследования спроса на продукты/проекты– Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации– Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта– Формирование предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач– Формирование востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ– Определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Определение модели и формата новых продуктов– Привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов– Контроль разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Координация деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов– Утверждение новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир– Установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов <p>Представление интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления</p>
<ul style="list-style-type: none">– Владеть на высоком уровне навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты– Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации– Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта– Формирование предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач



<ul style="list-style-type: none">– Владеть на среднем уровне навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ– Определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Определение модели и формата новых продуктов– Привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов
<ul style="list-style-type: none">– Владеть на низком уровне навыками контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Координация деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов– Утверждение новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир– Установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов– Представление интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ И ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И УРОВНЯ ОВЛАДЕНИЯ ФОРМИРУЮЩИМИСЯ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

1.1. Методические материалы по проведению текущего контроля

1.1.1. Формы текущего контроля

Текущий контроль – систематическая проверка компетенций, знаний, умений, навыков обучающихся, проводимая преподавателем на аудиторных занятиях в соответствии с учебной программой. Текущий контроль включает в себя тематический контроль – контроль знаний по темам и разделам дисциплины с целью оценивания этапов формирования компетенций, знаний, умений, навыков обучающихся, усвоенных ими после изучения логически завершенной части учебного материала.

К текущему контролю относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:



- на занятиях;
- по результатам выполнения творческих заданий;
- по результатам проверки конспектов лекций и учебно-методической литературы

Формами текущего контроля по дисциплине являются: письменные работы, устные опросы, проверка конспектов и письменных заданий.

Требования к письменным работам

- содержание (степень соответствия теме, полнота изложения, наличие анализа, использование нескольких источников и т.д.);
- соответствие жанру заданного текста
- аргументированность выдвигаемого тезиса (ссылки на источники, экспертные мнения, примеры из практики)
- качество изложения материала (грамотность, стиль написания);

Вопросы к устным опросам

1. Что является предметом медиакритики?
2. Перечислите функции и задачи медиакритики.
3. Что такое критическое мышление и какова его роль в журналистике?
4. В чем состоит социальная роль медиакритики?
5. Как взаимодействуют медиакритика и гражданское общество?
6. Каковы особенности медиакритики в зависимости от аудитории СМИ?
7. Какова специфика сетевой медиакритики?
8. Как соотносится медиакритика с профессиональной этикой журналиста?

1.2. Методические материалы по проведению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация – процедура, проводимая в период **зачетно-экзаменационной сессии** с целью оценки качества освоения обучающимися дисциплины «Медиакритика» в четвертом семестре.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает проверку компетенций, а также уровня усвоения пройденного материала.

1.2.1. Процедура ЗАЧЕТА



Промежуточный контроль знаний проводится в форме коллоквиума с обсуждением выполненных практических заданий.

Ответ оценивается по 2 балльной системе – «зачтено» / «не зачтено».

1.2.1.1. Критерии и шкала оценивания

«Зачтено» ставится, если: знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы, так и на дополнительные; студент свободно владеет научной терминологией; ответ студента структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в вопросе; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок.

«Не зачтено» ставится, если: обнаружено незнание или непонимание студентом сущностной части дисциплины; содержание вопросов не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию зачета студент затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.

Надо написать то, как у Вас оценивается. Если нет устного ответа, то пишете то, что нужно. Если у Вас творческий показ, то пишете то, что нужно сделать для того, чтобы получить зачтено по творческому показу и т. д.

В случае получения оценки «не зачтено» студент имеет право пересдать зачет в установленном порядке.

1.2.1.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формирующимися компетенциями в процессе освоения дисциплины

Перечень вопросов для проверки компетенции ОПК-3 по дескриптору «знать»

1. Определение медиакритики.
2. Основные функции медиакритики.
3. История медиакритики: советский, постсоветский и современный этап развития.
4. Виды медиакритики: академическая, внутрикорпоративная и массовая (сводная таблица: автор, адресат, специфика, примеры изданий).
5. Принцип взаимодействия трех видов медиакритики – «сообщающиеся сосуды». Рассмотрение недостатков каждой из видов медиакритики.
6. Информационно-коммуникативная функция медиакритики. Познавательная функция. Регулятивная функция. Коррекционная функция. Социально-организаторская функция. Просветительская функция. Маркетинговая функция медиакритики.



7. Определение понятия «критическое мышление» и история развития данной дисциплины и ее особенности. Сравнительная таблица критического и бытового мышления по М. Липпману.
8. Отличие критического мышления от творческого и их взаимосвязь. Отношение к критике.
9. Определение «творчества», пять стадий творческого мышления, приемы повышения эффективности творческого мышления.
10. Особенности личности, склонной к критическому и творческому мышлению

Перечень вопросов для проверки компетенции ПК-2 по дескриптору «знать»

1. Медиакритика и формирование общественного консенсуса. Медиакритика и проблема общественного доверия к СМИ.
2. Роль медиакритики в защите гуманистической культуры.
3. Медиакритика и языковая культура СМИ.
4. Роль медиакритики в поддержании здорового психологического и нравственного климата в обществе.
5. Медиакритика и освещение в СМИ проблем общественной безопасности.
 6. Медиакритика и проблемы международной информации.
 7. Роль медиакритики в обеспечении подотчётности СМИ перед гражданами. Общественный мониторинг СМИ и медиакритика в деятельности гражданских объединений.
 8. Использование новейших информационных технологий в СМИ: критический анализ с позиций гражданского общества.
 9. Гражданский мониторинг СМИ и медиакритика в условиях глобализации массовых коммуникаций.
10. Взаимоотношения медийных организаций и аудитории в условиях информационного рынка.
 11. Медиакритика и проблема социальной ответственности СМИ. Подотчётность СМИ перед обществом и медиакритика.
12. Медиакритика и защита информационных прав и интересов граждан.
13. Роль медиакритики в формировании рационально-критической информационной культуры.
14. Медиакритика и медиаобразование.
15. Общественное влияние «досетевой» медиакритики.
16. Ресурсы сетевой медиакритики. Перспективы сетевой медиакритики в России.
17. Гуманитарные проблемы эпохи Интернета и сетевая медиакритика.

Перечень заданий для проверки компетенций ОПК-3 и ПК-2 по дескриптору «уметь»

Задание 1. Анализ влияния СМИ на потребителя.
Подготовьте медиакритический материал (предпочтительнее жанр эссе или полемической статьи) на тему влияния печатных, аудио- и аудиовизуальных СМИ на личность человека и общества в целом.

Задание 2. Виды медиакритики.



Прочитать и определить вид медиакритического материала.
Аргументировать ответ.

Задание 3. «Российская газета»; «Известия»; «Комсомольская правда»; «Труд»; «Литературная газета»; «Аргументы и факты» и проанализировать их политематическую направленность. Цель — применение разнообразных медиакритических приемов.

Задание 4. Таблоиды. Их развлекательная направленность. Практическое задание — взять на выбор таблоид – газету развлекательного формата: «Жизнь», «Твой день», «Желтая газета», «Экспресс-газета», «СПИД-инфо» или некоторые другие. Цель — сравнение информационного поля, формы подачи информации, специфики средств выразительности в текстах по сравнению с деловыми или молодежными проектами.

Перечень заданий для проверки компетенций ОПК-3 и ПК-2 по дескриптору «владеть»

Задание 1. Радиовещание и медиакритика. Медиакритика на радиопрограммы. Практическое задание — взять на выбор одну из радиопрограмм общественно- политической направленности и проанализировать. Цель — изучить структуру построения общественно- политической передачи

Задание 2. Критика на телепередачу. Практическое задание — взять на выбор музыкальную или развлекательную телепередачу и оценить творческую манеру. Цель — изучить основы построения жанра.

Задание 3. Интернет и медиакритика. Качество творческого почерка одного из медийных критиков, выступающих в интернет-ресурсе. Взять на выбор творческие работы и проанализировать. Цель — освоение навыков работы интернет-критика.

Задание 4. Рецензия на один из номеров интернет-газеты. Взять на выбор интернет газету или журнал. Цель - определить ее место в интернет-контенте, актуальность и ее аудиторию.