

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
«ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА»

ФИО: Сухолет Ирина Наумовна

Должность: ректор

Дата подписания: 30.10.2023 00:05:32

Уникальный программный ключ:

90b04a8fcdf24f39034a47d003e725667d57043e870b41a3cee22df0848bbe2c



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**

Тенденции развития мировой медиаиндустрии

Образовательная программа

Стратегия медикоммуникаций

Направление подготовки **42.04.02 Журналистика**

Уровень высшего образования

Магистратура



Разработчик оценочных средств:

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

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

ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Знать на высоком уровне	– основные тенденции развития общественных и государственных институтов, а также специфику современных коммуникационных процессов.
Знать на среднем уровне	– Тенденции развития государственных институтов, включая медиасистемы страны
Знать на низком уровне	– Специфику современных коммуникационных процессов и их развитие в мировой медиаиндустрии
Уметь на высоком уровне	– выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах и (или) коммуникационных продуктах
Уметь на среднем уровне	– исследовать систему государственных и общественных институтов и соответствующие направления развития медиаиндустрии
Уметь на низком уровне	– исследовать опыт зарубежных медиасистем для использования при создании медиатекстов и/или медиапродуктах



Владеть на высоком уровне	– навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
Владеть на среднем уровне	– навыками соблюдения принципа непредвзятости и баланса интересов при освещении деятельности общественных и государственных институтов
Владеть на низком уровне	– навыками информационного освещения деятельности государственных и общественных институтов с соблюдением принципа беспристрастности

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
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие – разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь:	– моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть:	- навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, для принятия профессиональных решений
ПК-3	- Способен осуществлять организацию работы подразделения СМИ, разрабатывать авторские проекты, планировать и координировать деятельность подразделений, устанавливать и развивать контакты с внешней средой с учетом норм этики делового взаимодействия
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> - Цели и задачи предлагаемого медиапроекта - Целевая аудитория, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики - Опыт отечественных и зарубежных СМИ аналогичного формата и тематики - Принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции - Структуру и задачи редакции - Базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса) - Технологию редакционно-издательского процесса



	<ul style="list-style-type: none">- Основы организации труда и управления- Нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности- Роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории- Правила и нормы современного русского литературного языка- Порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации- Профессиональную журналистскую этику,- Этику деловых отношений
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">- Оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски- Оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ- Прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски- Координировать действия подразделения с работой организации в целом- Владеть методами эффективного управления персоналом- Применять в работе информацию, полученную от аудитории- Составлять договоры
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">- Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ- Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов- Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней- Проведение совещаний- Планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период- Координация действий работников- Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана- Организация обратной связи с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях)



- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">- Использование результатов обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ)- Подготовка договоров с внештатными сотрудниками и авторами |
|--|--|

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. Перечислите современные тенденции развития международной журналистики
2. Как взаимодействует журналистика с общественными и государственными институтами?
3. По каким экономическим моделям строятся современные медиасистемы?
4. Назовите основные параметры медиаэкономики. Как строится современный медиабизнес?
5. Какова роль информационного фактора в процессах глобализации и интеграции?
6. Какие существуют международные стандарты информационного права?
7. Как взаимодействует медиаиндустрия с правящей элитой?
8. Назовите основные аспекты взаимодействия медиаиндустрии и массовой культуры.
9. Как влияют новые технологии на развитие медиасистем?

1.2. Методические материалы по проведению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация – процедура, проводимая в период **зачетно-экзаменационной сессии** с целью оценки качества освоения обучающимися дисциплины «Тенденции развития мировой медиаиндустрии» во втором семестре.

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

1.3. Методические материалы по проведению промежуточной аттестации

1.3.1. Процедура ЗАЧЕТА

Промежуточный контроль знаний проводится в форме коллоквиума в формате обсуждения докладов с презентациями по медиасистемам различных стран с подробным освещением специфики прессы, радио, ТВ и интернет-СМИ конкретной страны.

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

1.3.1.1. 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.

1.3.1.2. 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-2 по дескриптору «знать»

1. Современные концепции демократии, их связь с развитием журналистики.
2. Свобода печати в демократическом обществе и ее ограничение.
3. Политтехнологии и журналистика, СМИ и коммуникация в разных странах.
4. Использование СМИ и средств коммуникации для достижения геополитических целей.
5. Сочетание глобального информационного и «регионального интереса». Тесная связь журналистики и экономики в разных странах.
6. Дифференциация и специализация прессы. Направления практической журналистики в разных странах: «народная», потребительская, исследовательская, расследовательская, «новая» журналистика и другие направления.
7. Различие правовых систем в условиях глобального информационного пространства.
8. Тенденции дальнейшего развития американских и европейских СМИ, Ближнего Востока, СМИ Африки, Азиатско-Тихоокеанского бассейна.
9. Многообразие форм и методов современного журналистского творчества.
10. Участие СМИ в процессах, связанных с властными полномочиями. Связь журналистики и политического поля.
11. Понятие медиакратии. Теории медиакратии. Два взгляда на понятие медиакратии. «Этимологический» подход: медиакратия как власть СМИ. Автономность и важность системы СМИ как игрока в публичной сфере.
12. Теории фрейминга и теории аудитории. Нивелирование влияния политических институтов на формирование политики, негативное



- воздействие СМИ на политику, подрывающие легитимность политического поля и доверие к институтам демократии.
13. «Маркетинговая» теория медиакратии. Неспособность медиа управлять. Теории политического маркетинга.
 14. Новые медиа в политическом процессе. Блоггинг как часть сферы новых медиа. Новая волна коммуникации.
 15. Понятие блогосферы. Политическая блогосфера: особенности функционирования медиапространства. Политические функции блогов.

Перечень вопросов для проверки компетенции ОПК-5 по дескриптору «знать»

1. Структура систем СМИ: эволюция, современные принципы организации и взаимодействия.
2. Основные факторы развития систем СМИ. Национальные системы печатных СМИ.
3. Национальные системы аудиовизуальных СМИ.
4. Новые медиа в системе СМИ.
5. Культурные индустрии.
6. СМИ как экономические институты в медиасистеме. Системы СМИ в современном обществе.
7. Понятие медиаэкономики. Понимание принципов организации и финансирования, экономических особенностей медиаиндустрии, экономического потенциала СМИ как один из универсальных критериев профессионализма в современной медиаиндустрии.
8. Параметры отличия экономики СМИ от экономики других отраслей. Понятие «рынок СМИ».
9. Специфика рынка СМИ. Принципы организации медиабизнеса. Экономическая природа СМИ.
10. Экономические особенности печатных СМИ.
11. Экономические особенности электронных СМИ.
12. Финансирование медиапредприятия. Управление медиапредприятием.
13. Современные тенденции коммерциализации печатной и электронной прессы, концентрации медийной собственности.
14. Развитие глобального информационного рынка. Медиакорпорации и глобализация информационной деятельности.
15. Кризисные явления в международной журналистике.
16. Рост общественной активности в информационной сфере.
17. Понятие глобализации: сущность, определение, измерения. Опасности и преимущества глобализации. Основные характеристики глобализации. Две стороны процесса глобализации: все более тесная интеграция стран в единое мировое сообщество; становление единого центра.
18. Позитивные и негативные последствия глобализации. Глобализация мировой экономики, ее черты. Глобализация и современный мировой порядок.
19. Национальные системы СМИ как средство культурной самоидентификации.
20. Принцип сохранения культурного многообразия. Регионализм СМИ.



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

1. Инфраструктура телекоммуникаций как трансграничное поле для международного общения и международных отношений. Окинавская хартия глобального информационного общества о создании безопасного киберпространства.
2. Глобальная инфосфера как предпосылка к увеличению роли международного права в регулировании информационного обмена. Понятие международного информационного права. Межгосударственные соглашения (глобальные, универсальные, региональные, субрегиональные).
3. Общечеловеческие принципы как основа международных информационных отношений. Основные международные правовые документы.
4. Особенности освещения проблем терроризма национальными и международными СМИ.
5. Принципы саморегулирования журналистского сообщества.
6. Международная информация и международные организации. Взаимодействие международных организаций. Международные организации журналистов.
7. Политическая элита и ее медиатизация. Современная практика журналистики в работе с элитарными группами. Фильтры СМИ, выделяющие информацию, соответствующую целям владельцев.
8. СМИ как средство информационной войны. Медиатизация политики. Селебритизация политики.
9. Деловая элита и деловая журналистика. Понятие деловой журналистики. Деловая журналистика как антипод желтой прессе.
10. Функции деловых изданий.
11. Понятие феномена массовой культуры. Черты массовой культуры. Массовая культура как отрасль экономики. Роль средств массовой информации в этой области.
12. Глобализация массовой культуры. Эволюция компьютерной культуры в контексте развития средств коммуникации.
13. Новые медиа: сближение журналистики и межличностной коммуникации. Характерные особенности, функции новых медиа. Значение соцсетей.
14. Признаки системы новых медиа: конвергенция, дигитализация, интерактивность, принадлежность к сетевому пространству.
15. Новые технологии в традиционных медиа.
16. Зарубежные электронные СМИ.
17. Определение новых средств массовой информации. Внедрение новых технологий как причина изменения традиционных организационных схем деятельности СМИ.
18. Мультимедийные редакции. Новые медиа и IT-технологии.
19. Понятие конвергенции. Медиаконвергенция и модернизация СМИ.



20. Понятия конвергентной журналистики, кроссмедийной журналистики, мультимедийной журналистики.

**Перечень заданий для проверки компетенций ОПК-2 и ОПК-5 по дескриптору
«уметь»**

Задания к контрольной работе

Примерные темы для контрольной работы

1. Анализ отдельной национальной модели СМИ с использованием параметров, рассмотренных в разделе 3.
2. Характеристика отдельной национальной системы прессы/телерадиовещания/культурных индустрий с использованием параметров, рассмотренных в разделе 3.
3. Анализ отечественного или зарубежного медиапроекта в Интернете с использованием критериев, рассмотренных в разделе 3, а также разработанных дополнительных критериев.
4. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение.
5. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал».
6. Жизненный цикл медиапродукта.
7. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал».
8. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ.
9. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг.
10. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления.
11. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
12. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и локализация.
13. Типы концентрации СМИ.
14. Экономические особенности телевизионной индустрии
15. Типы телевизионных каналов
16. Телевизионное программирование
17. Аналоговое и цифровое вещание
18. Экономические особенности индустрии радио
19. Типы радиостанций
20. Программирование радиостанций
21. Экономические особенности газетной индустрии
22. Типы газетных изданий
23. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция
24. Экономические особенности журнальной индустрии
25. Типы журнальных изданий
26. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ
27. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ
28. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств
29. Методы измерения аудитории СМИ



Перечень заданий для проверки компетенции ПК-3 по дескриптору «владеть»

Задания к контрольной работе

Примерные темы для контрольной работы

1. Журналистика – «четвертая власть» западного демократического общества.
2. Традиционные источники финансирования СМИ и основные направления их трансформации в современных зарубежных СМИ.
3. Правовые и экономические аспекты спонсорства аудиовизуальных СМИ.
4. Плюсы и минусы концентрации зарубежных средств массовой информации в условиях рыночной экономики.
5. Правовой статус зарубежных СМИ: коммерческой прессы, коммерческого телевидения и радиовещания, общественно-правовых аудиовизуальных СМИ, государственного ТВ и радио.
6. Законодательное регулирование содержательной стороны зарубежной журналистики.
7. Административное регулирование содержательной стороны зарубежной журналистики.
8. Государственные органы регулирования аудиовизуальных СМИ: структура, функции, практика (на примере одной из стран).
9. Воздействие зарубежной журналистики на государство.
10. Саморегулирование западной журналистики. Этические и профессиональные кодексы зарубежных журналистских организаций.
11. Политические партии и СМИ. Система дотаций органам политических партий в странах Западной Европы.
12. Место и функции клерикальных изданий в системе зарубежных СМИ.
13. Информационный комплекс зарубежной страны.
14. Основные периодические издания: названия, тиражи, их концепции, издатели.
15. Система аудиовизуальных СМИ – компании, форма собственности, технические ресурсы, особенности программной политики.
16. Основные предприятия «инфраструктуры» СМИ (информационные агентства, рекламные агентства, компании паблик рилейшнз) – краткая характеристика.
17. Типология зарубежной ежедневной прессы: газеты качественные, массовые, качественно-массовые (на примере отдельной страны).
18. Типология зарубежных журналов (на примере отдельной страны).
19. Информационные программы зарубежного телевидения (на примере одной страны).
20. Типология телевизионных программ в зарубежных странах.
21. Информационные агентства в системе зарубежных СМИ.
22. Новые информационные технологии и развитие современных систем СМИ зарубежных стран.
23. Интернет как основа информационного общества.



24. Интернет как новое СМИ.
25. Интернет в системе массовых коммуникаций.
26. СМИ в Интернете: зарубежный опыт.
27. Современные тенденции развития зарубежных концепций СМИ.
28. Цифровое первенство зарубежных стран.
29. Типология онлайн-изданий зарубежных стран (на примере отдельной страны).