

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт философии
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Директор института философии

Скляр П.П.

«20» февраля 2025 г.

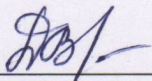
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине
«Информация в медиакommunikациях»

42.03.02 Журналистика
«Универсальная журналистика»

Разработчик:

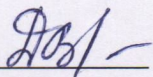
доцент



Даренская В.Н.

ФОС рассмотрен и переутвержден на заседании кафедры журналистики от
«30» января 2025 г., протокол № 7.

Заведующий кафедрой
журналистики



Фесенко Ю.П.

Луганск 2025 г.

**Паспорт
фонда оценочных средств по учебной дисциплине
«Информация в медиакоммуникациях»**

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;	Тема 1. Современные медиасистемы Тема 2. Роль информационного фактора в процессах глобализации и европейской интеграции Тема 3. Международные стандарты информационного права Тема 4. Медиainдустрия и массовая культура Тема 5. Новые технологии и медиа Тема 6. Особенности воздействия на аудиторию посредством СМИ Тема 7. Современные тенденции развития журналистики в медиакоммуникациях Тема 8. Методы и навыки сбора и обработки информации	3
	УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	Тема 1. Современные медиасистемы Тема 2. Роль информационного фактора в процессах глобализации и европейской интеграции Тема 3. Международные стандарты информационного права Тема 4. Медиainдустрия и массовая культура Тема 5. Новые технологии и медиа Тема 6. Особенности воздействия на аудиторию	

			посредством СМИ	
			Тема 7. Современные тенденции развития журналистики в медиокоммуникациях	
			Тема 8. Методы и навыки сбора и обработки информации	

**Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Показатель оценивания (знания, умения, навыки)	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	УК-1	знать: механизмы и причины массификации личности; сущность, виды, методы и технологии влияния на массы, приемы манипулирования массовым сознанием и способы их использования в СМИ; сущность и типологию эффектов в массовой коммуникации, а также ориентироваться в периодизации истории массовой коммуникации; уметь: правильно осуществлять сравнительный анализ теорий (моделей) массовой коммуникации, теорий информации, определять субъектов процесса массового общения, типа коммуникантов, их цели, задачи, функции, а также самостоятельно находить источники и литературу, правильно использовать полученные знания на практике, обобщать материалы, грамотно формулировать и излагать свои мысли и выводы устно и письменно. владеть: навыками анализа коммуникационных технологий, используемых в разных видах СМИ, последующей классификации источников информации и корректного исследования их результатов, а также опытом работы в качестве исследователей, рецензентов, докладчиков.	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6 Тема 7. Тема 8.	Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям, курсовая работа, контрольные работы.
2	УК-10	знать: механизмы и причины массификации личности; сущность, виды, методы и технологии влияния на массы, приемы манипулирования массовым сознанием и способы их использования в СМИ; сущность и типологию эффектов в массовой коммуникации, а также ориентироваться в периодизации истории массовой коммуникации;	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6 Тема 7. Тема 8.	Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям, курсовая работа, контрольные

		уметь: правильно осуществлять сравнительный анализ теорий (моделей) массовой коммуникации, теорий информации, определять субъектов процесса массового общения, типа коммуникантов, их цели, задачи, функции, а также самостоятельно находить источники и литературу, правильно использовать полученные знания на практике, обобщать материалы, грамотно формулировать и излагать свои мысли и выводы устно и письменно. владеть: навыками анализа коммуникационных технологий, используемых в разных видах СМИ, последующей классификации источников информации и корректного исследования их результатов, а также опытом работы в качестве исследователей, рецензентов, докладчиков.		работы.
--	--	---	--	---------

Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям

1. Коммуникации в информационном обществе.
2. Семиотический аспект теории социальных коммуникаций
3. Вертикальные и горизонтальные коммуникации в группе
4. Массовая коммуникация. Моделирование массовой коммуникации.
5. Основы невербальной коммуникации. Роль невербальных коммуникаций в деловом общении
6. Манипулятивные технологии в системах массовой коммуникации
7. Пресс-службы и СМИ: проблемы взаимоотношений.
8. Деловая коммуникация
9. Формы коммуникаций во внутриорганизационной среде.
10. Формирование эффективной PR-коммуникации в малом предпринимательстве в условиях финансового кризиса.
11. Модульные технологии в информационно-коммуникативном обеспечении PR проектов.
12. Рекламные коммуникации
13. Социально - экономические особенности нового информационного пространства сети интернет. Роль социальных сетей.
14. Информационные войны: история и современность
15. Теория аргументации и тактика переговорных отношений
16. Аудитория как субъект теории коммуникации в XXI веке
17. Вертикальные и горизонтальные коммуникации в группе.
18. Внутригрупповое взаимодействие как социальный процесс.
19. Дигитальная коммуникация: эволюция парадигм коммуникационного процесса.
20. Жаргон как способ социальной коммуникации и организации социальной иерархии.
21. Игровые формы коммуникации: история и современная культура.
22. Имидж в массовой коммуникации.
23. Интернет-коммуникация в XXI веке: технологические и коммуникационные трансформации
24. Интернет-коммуникация как новый объект теории социальной коммуникации
25. Информатизация и виртуализация.
26. Информационные войны: история и современность.
27. Коммуникационный процесс и мобильная коммуникация
28. Коммуникативные аспекты организации избирательных кампаний.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Контрольные вопросы»

Шкала оценивания	Критерий оценивания
------------------	---------------------

(интервал баллов)	
5	Ответ на вопрос представлен на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Ответ на вопрос представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Ответ на вопрос представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Ответ на вопрос представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Курсовые работы

1. Особенности массовых коммуникаций в эпоху новых технологий.
2. Современное медийное пространство.
3. Система средств массовой информации.
4. Специфика редакторской деятельности.
5. Медиапродукт как результат функционирования медиасистемы.
6. Факт как составляющая коммуникативного процесса.
7. Жанр и формат медиапродукта.
8. Специфика подготовки и редактирования текстов информационных жанров.
9. Специфика подготовки и редактирования текстов аналитических жанров.
10. Специфика подготовки и редактирования текстов художественно-публицистических жанров.
11. Сторителлинг в эпоху мультимедиа.
12. Мультимедийный лонгрид в системе коммуникации.
13. Рерайт как новое явление в журналистике и вторичный медиапродукт.
14. Инструменты создания медиапродукта.
15. Блогинг как новая технология коммуникации.
16. Редакторский анализ как этап создания медиапродукта.
17. Виды редактирования медиапродукта.
18. Психологические основы редактирования.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «курсовая работа»

Шкала оценивания (интервал)	Критерий оценивания
-----------------------------	---------------------

баллов)	
5	Курсовая работа представлена на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Курсовая работа представлена на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Курсовая работа представлена на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Курсовая работа представлена на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Контрольная работа

Примерные вопросы оценочного средства «Контрольная работа»

1. Понятие информации в массовой коммуникации и смежных науках.
2. Подходы к определению понятия «информация» в журналистике.
3. Информативность журналистского текста.
4. Аспекты адекватности информации.
5. Формы массовой информации (по Г.В. Лазутиной)
6. Стандарты качества информации.
7. СМИ как предприятие.
8. Связи с общественностью в редакционной структуре: структура и организация, функции и принципы.
9. Типичная структура организации газеты. Функции сотрудников редакции.
10. Круг обязанностей журналиста.
11. Круг обязанностей редактора.
12. Редакционно-издательский и полиграфический процессы.
13. Методика подготовки к созданию медиатекста.
14. Подготовка материалов в газету.
15. Общие методы журналистского творчества.
16. Своеобразие творчества редактора.
17. Анализ текста и практика редактирования.
18. Жанр в теории и практике журналистики.
19. Информационные жанры.
20. Аналитические жанры.
21. Художественно-публицистические жанры.
22. Основные правила подготовки материалов.
23. Основные правила оформления материалов.
24. Переписывание и дописывание: общее и различное.
25. Материалы простого типа (болезнь, смерть, похороны, пожары и другие факты, привлекающие внимание, сезонные материалы).

26. Новостные каналы.
27. Досье.
28. Материалы комплексного типа.
29. Материалы специального типа.
30. Лид: функции, виды.
31. Основные правила построения материала.
32. Принципы построения заголовка. Типы заголовков.
33. Подзаголовок и особенности его оформления и применения.
34. Врез.
35. Рубрика.
36. Иллюстрации. Подписи к иллюстрациям (формы, виды, особенности).
37. Редакционные материалы и материалы для специальных колонок.
38. Публикации, подготовленные на основе документов.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству контрольная работа

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Оценочные средства для промежуточной аттестации «экзамен»

Вопросы к экзамену

1. Массовая коммуникация: определение понятия, содержание.
2. Функции массовой коммуникации.
3. Два уровня массовой коммуникации.
4. Стандартная модель коммуникации.
5. Понятие информационного поля. Его составляющие.
6. Коммуникативный процесс, его составляющие.
7. Коммуникатор и коммуникант как участники процесса коммуникации.
8. Профессиональные и социальные аспекты коммуникации.
9. Индустрия массовой коммуникации.
10. Вербальная и невербальная коммуникация.
11. Средства массовой информации как составляющая коммуникативных процессов.
12. Методы исследования массовой коммуникации.
13. Пресс-конференция как коммуникативный процесс.
14. Факторы массовой коммуникации (личностный, ситуативный, инструментально-технологический).

- 15.Дебаты как коммуникативный процесс.
- 16.Реклама как вид коммуникации.
- 17.ПР как вид коммуникации.
- 18.Коммуникативный процесс и его составляющие.
19. Выборы как модель коммуникативной кампании.
- 20.Обозначить роль аудитории в планировании кампании.
- 21.Основные особенности коммуникативных кампаний для различных сегментов общества.
- 22.Массовое влияние как коммуникативный процесс.
- 23.Виды массовокоммуникативного влияния (заражение, суггестия, манипуляция).
- 24.Виды массовокоммуникативных технологий (медийные, рекламные и др.).
- 25.Методы коммуникативного влияния (убеждения, наклеивания ярлыков и др.)
- 26.Параметры коммуникативной личности (мотивационный, когнитивный, функциональный).
- 27.Параметры описания языковой личности (вербально-семантический, когнитивный, коммуникативный).
- 28.Социологические параметры описания коммуникативной личности.
- 29.Коммуникативные дискурсы (бытовой, деловой, научный, газетно-публицистичный и т.д.).
- 30.Понятие дискурса (ритуальный, теле-радиодискурс, этикетный дискурс, сказочный и т.д.)
- 31.Особенности гендерного дискурса.
- 32.Особенности религиозной коммуникации.
- 33.Особенности деловой коммуникации.

В экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются результаты по шкале оценивания, приведенной в таблице.

отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и

	категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Информация в медиакоммуникациях» соответствует требованиям ФГОС ВО.

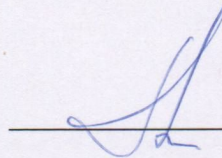
Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии Института философии



С.А. Пидченко

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)