ФГОС ВО (версия3++)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СИСТЕМА СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА»

Челябинск 2026

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1
Сертификат: 45880B7BBB8A2AEBAD39360286A0AA3C
Владелец: Синецкий Сергей Борисович
Действителен: с 29.09.2025 до 23.12.2026

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Кафедра истории, музеологии и документоведения

Фонд оценочных средств по дисциплине «СИСТЕМА СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА»

программа магистратуры
«Редакционно-издательская подготовка медиапродуктов»
по направлению подготовки
42.04.03 Издательское дело
квалификация: магистр

Челябинск 2026

Фонд оценочных средств по дисциплине «Система современных медиа» составлен в соответствии с требованиями ФГОСВО по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело

Автор-составитель: Штолер А. В., доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, канд. пед. наук, доцент

Фонд оценочных средств по дисциплине «Система современных медиа» как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендован к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 8 от 24.04.2025.

Экспертиза проведена 15.05.2025, акт № 2025/ИД

Фонд оценочных средств по дисциплине «Система современных медиа» как составная часть ОПОП утвержден на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2025.

Срок действия фонда оценочных средств по дисциплине «Система современных медиа» продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	**№ протокола, дата утверждения**
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026
2027/28	
2028/29	
2030/31	

1. Составные части фонда оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) представлен:

– ФОС в составе рабочей программы дисциплины;

– комплектом аттестационных педагогических измерительных материалов;

–материалами, необходимыми для оценки умений и владений (практико-ориентированные задания, используемые в период проведения промежуточной аттестации).

2. ФОС в составе рабочей программы дисциплины

ФОС в соответствии с Положением «О порядке разработки и утверждении основных профессиональных образовательных программ – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. Ученым советом, протокол № 7 от22.04.2019, приказ 83-п от 24.04.2019) входит в состав рабочей программы дисциплины (раздел № 6) и включает следующие пункты и подпункты:

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Таблица 6, 7.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования Таблицы 8, 9

6.2.2. Описание шкал оценивания.

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене (зачете) (пятибалльная система). Таблица10.

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания Таблица 11.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

6.3.1. Материалы для подготовки к зачет Таблица 12, 13.

6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы.

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.

6.3.4.1. Планы семинарских занятий.

6.3.4.2. Задания для практических занятий.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).

6.3.4.5. Тестовые задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.

3. Комплект аттестационных педагогических измерительных материалов

Спецификация АПИМ

Цель АПИМ	Оценка учебных достижений
Функция АПИМ	Контроль, диагностика
Вид контроля	Текущий контроль знаний обучающихся. Возможно применение в рамках промежуточной аттестации и проверки остаточных знаний
Модель АПИМ	**Уровневая модель** представлена в трех взаимосвязанных блоках заданий: – *Блок 1. З*адания **на уровне «знать»** в форме «выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных» выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно»; – Блок 2. Задания **на уровне «знать» и «уметь» в форме** «установление соответствия (последовательности)**»,** в которых нет явного указания на способ выполнения, для их решения обучающийся самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. – Блок 3. Задания**на уровне «знать», «уметь», «владеть»** представлены в форме кейс-задания, содержание которого предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы обучающийся мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая междисциплинарные знания. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее из описания реальной ситуации и совокупности сформулированных к ней вопросов. Выполнение обучающимся кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. – Блок 4. Задания**на уровне «знать», «уметь», «владеть»** представлены в форме открытых вопросов, предполагающих **краткий свободный ответ**.
Количество тестовых заданий	Не каждую компетенцию должно быть разработано 40 задний, в т. ч. Блок 1 – 10 тестовых заданий; Блок 2 – 10 тестовых заданий; Блок 3 – 4 кейса Блок 4 – 16 открытых вопросов
Время тестирования (мин)	90 мин.
Планируемые результаты освоения	ПК-1; ПК-2
Перечень документов, используемых при планировании содержания теста	ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело, рабочая программа дисциплины
Разработчики	Штолер А. В., доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, канд. пед. наук, доцент
Экспертиза тестовых заданий	Проведена в рамках общей экспертизы ОПОП

Банк заданий с ответами

ПК-1. Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах медиа и координировать редакционно-издательский процесс

Код задания	Задание	Ключ правильного ответа
Блок 1	**Выберите правильный ответ(ы)**	
1.1	*Что из перечисленного является перформативным жанром коммуникации по классификации Дж. Остина?* 1) Описание погоды 2) Клятва 3) Научный доклад 4) Новостная заметка	**2**
1.2	*Кто из перечисленных ученых ввел понятие «медиа» как «extension of man» (продолжение человека)?* 1) П. Сорокин 2) Ю. Хабермас 3) М. Маклюэн 4) П. Бурдьё	**3**
1.3	*Какой жанр коммуникации направлен на передачу фактических сведений?* 1) Экспрессивный 2) Информативный 3) Аргументативный 4) Перформативный	**2**
1.4	*Что из перечисленного относится к основным атрибутам медиа?* 1) Тираж 2) Периодичность 3) Авторский коллектив 4) Все ответы верны	**4**
1.5	*Кто разработал теорию речевых актов?* 1) П. Бурдьё 2) Дж. Остин 3) Ю. Хабермас 4) К. Фукс	**2**
1.6	*Что из перечисленного является примером конвергенции медиа?* 1) Увеличение тиража газеты 2) Создание сайта газеты с видеоновостями 3) Смена главного редактора 4) Изменение периодичности выхода	**2**
1.7	*Какой уровень медиа по классификации К.Б. Йенсена относится к технической инфраструктуре?* 1) Первый уровень 2) Второй уровень 3) Третий уровень 4) Четвертый уровень	**1**
1.8	*Что из перечисленного является продуктом медиа-*	**2**

	индустрии? 1) Библиотечный каталог 2) Газета 3) Архивная справка 4) Рукопись	
1.9	*Как называется процесс объединения ранее разрозненных медиаплатформ?* 1) Диффузия 2) Конвергенция 3) Дивергенция 4) Трансформация	**2**
1.10	*Кто ввел понятие «символическая власть»?* 1) Ю. Хабермас 2) П. Бурдьё 3) М. Маклюэн 4) П. Сорокин	**2**
Блок 2	**Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В**	
2.1	*Установите соответствие между ученым и его вкладом в теорию коммуникации:* 1) Дж. Остин 2) Ю. Хабермас 3) М. Маклюэн 4) П. Бурдьё А) Теория речевых актов Б) «Глобальная деревня» В) Символическая власть Г) Коммуникативное действие	**1А, 2Г, 3Б, 4В**
2.2	*Соотнесите жанр коммуникации с его характеристикой:* 1) Информативный 2) Экспрессивный 3) Аргументативный 4) Перформативный А) Выражение эмоций Б) Передача фактов В) Изменение реальности через высказывание Г) Доказательство точки зрения	**1Б, 2А, 3Г, 4В**
2.3	*Установите соответствие между уровнем медиа (по К.Б. Йенсену) и его содержанием:* 1) Первый уровень 2) Второй уровень 3) Третий уровень А) Техническая инфраструктура Б) Тексты и жанры В) Социальные практики использования	**1А, 2Б, 3В**
2.4	*Соотнесите понятие с его определением:* 1) Медиаиндустрия 2) Культурные индустрии	**1Б, 2В, 3А**

	3) Массмедиа А) Средства массовой коммуникации Б) Сфера производства медиапродуктов В) Производство культурных благ	
2.5	*Установите соответствие между типом коммуникации и ее характеристикой:* 1) Межличностная 2) Групповая 3) Массовая А) Обратная связь минимальна Б) Диалог двух людей В) Общение в коллективе	**1Б, 2В, 3А**
	Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421	
2.6	*Определите последовательность этапов редакционно-издательского процесса как процесса коммуникации:* 1) Распространение издания 2) Подготовка рукописи 3) Восприятие текста читателем 4) Редакторская обработка	**2, 4, 1, 3**
2.7	*Расположите в правильной последовательности уровни коммуникационной пирамиды Д. Маккуэйла (от низшего к высшему):* 1) Социетальный 2) Институциональный 3) Индивидуальный 4) Медийный	**3, 4, 2, 1**
2.8	*Установите последовательность этапов создания медиапродукта в редакционно-издательском процессе:* 1) Верстка и дизайн 2) Редактирование текста 3) Прием авторского оригинала 4) Выпуск в свет	**3, 2, 1, 4**
2.9	*Определите последовательность этапов анализа периодического издания как вида массовой коммуникации:* 1) Анализ содержания 2) Анализ аудитории 3) Анализ формы и дизайна 4) Анализ каналов распространения	**2, 1, 3, 4**
2.10	*Расположите в правильной последовательности этапы конвергенции медиа:* 1) Технологическая конвергенция 2) Экономическая конвергенция 3) Содержательная конвергенция 4) Организационная конвергенция	**1, 3, 4, 2**
Блок 3	***Кейс-задания предполагают работу с пред-***	

	ложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания	
3.1	Кейс «Редактирование текста в разных типах медиа» В редакцию газеты поступил текст научно-популярной статьи объемом 10 тыс. знаков. Главный редактор требует сократить его до 5 тыс. знаков, сохранив смысл и адаптировав для массовой аудитории. *Вопросы:* 1. Какие виды правки следует применить? 2. Как изменится жанр коммуникации? 3. Назовите два критерия качества редакторской подготовки.	1. Правка-сокращение, литературная правка. 2. С научного на научно-популярный/информативный. 3. Точность, доступность.
3.2	Кейс «Координация редакционно-издательского процесса» В издательстве при подготовке журнала возник конфликт между редакцией и дизайн-отделом: дизайнеры изменили верстку без согласования с редактором. Срок сдачи номера поджимает. *Вопросы:* 1. Как редактору 协调 ировать работу? 2. Какой документ регламентирует этапы процесса? 3. Назовите способ предотвращения подобных конфликтов.	1. Провести оперативное совещание. 2. График редакционно-издательского процесса. 3. Утвердить регламент согласования.
3.3	Кейс «Анализ медиапродукта» Вам как редактору необходимо оценить качество нового журнала: содержание, дизайн, удобство чтения. *Вопросы:* 1. По каким критериям оценивать содержание? 2. Какие атрибуты медиа проанализировать? 3. Какой метод оценки применить?	1. Актуальность, достоверность, полнота. 2. Периодичность, тираж, формат. 3. Контент-анализ, экспертный опрос.
3.4	Кейс «Адаптация текста для разных типов медиа» Новость о событии в регионе необходимо опубликовать в газете, на сайте и в Telegram-канале. *Вопросы:* 1. Как изменится жанр и объем текста? 2. Какие технические средства потребуются? 3. Назовите особенности заголовка для каждого медиа.	1. Газета: развернуто, сайт: с гиперссылками, Telegram: кратко. 2. CMS, мессенджер. 3. Газета: информативный, сайт: кликбейтный, Telegram: емкий.
Блок 4	**Открытые вопросы (краткий ответ)**	
4.1	Кто автор теории речевых актов?	Джон Остин
4.2	Назовите один перформативный жанр.	Клятва
4.3	Что означает термин «медиа» у Маклюэна?	Продолжение человека
4.4	Какой жанр передает факты?	Информативный
4.5	Автор концепции «символической власти».	Пьер Бурдьё
4.6	Процесс объединения медиаплатформ.	Конвергенция
4.7	Уровень медиа по Йенсену (техника).	Первый
4.8	Продукт медиаиндустрии.	Газета
4.9	Автор коммуникационной пирамиды.	Маккуэйл
4.10	Жанр, выражающий эмоции.	Экспрессивный

4.11	Кто ввел понятие «коммуникативное действие»?	Хабермас
4.12	СМИ расшифровывается как...	Средства массовой информации
4.13	Автор систематики коммуникации (в России).	Соколов
4.14	Текст как формализованный...	Дискурс
4.15	Кто автор концепции «глобальной деревни»?	Маклюэн
4.16	Книгоиздание как вид...	Культурной индустрии

ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий

Код задания	**Задание**	**Ключ правильного ответа**
Блок 1	**Выберите правильный ответ(ы)**	
1.1	*Что из перечисленного относится к современным техническим средствам создания медиапродукта?* 1) Печатный станок 2) Система компьютерной верстки (Adobe InDesign) 3) Переплетная машина 4) Типографская краска	**2**
1.2	*Какой канал распространения печатных СМИ является наиболее массовым в цифровой среде?* 1) Розничный киоск 2) Подписка через почту 3) Электронная версия на сайте 4) Библиотека	**3**
1.3	*Что из перечисленного относится к информационно-коммуникационным технологиям продвижения медиапродукта?* 1) Рассылка пресс-релизов по email 2) Таргетированная реклама в соцсетях 3) SEO-оптимизация сайта 4) Все ответы верны	**4**
1.4	*Какой этап производственного процесса создания медиапродукта следует за редактированием текста?* 1) Верстка 2) Написание текста 3) Распространение 4) Планирование номера	**1**
1.5	*Что из перечисленного является примером мультимедийного контента?* 1) Только текст 2) Только фотография 3) Текст + видео + аудио 4) Только аудио	**3**
1.6	*Какой формат продвижения медиапродукта предполагает создание краткого анонса в социальных сетях?* 1) Пресс-релиз 2) Тизер 3) Статья 4) Интервью	**2**

1.7	*Что из перечисленного относится к инструментам аналитики продвижения медиапродукта?* 1) Яндекс.Метрика 2) Adobe Photoshop 3) Microsoft Word 4) CorelDRAW	**1**
1.8	*Какой программный продукт используется для профессиональной верстки газет и журналов?* 1) Adobe Photoshop 2) Adobe InDesign 3) Adobe Illustrator 4) Microsoft Excel	**2**
1.9	*Что из перечисленного является каналом обратной связи с аудиторией медиа?* 1) Комментарии на сайте 2) Типография 3) Редакционная почта 4) Все ответы верны	**4**
1.10	*Какой показатель используется для оценки эффективности продвижения медиапродукта в интернете?* 1) Количество подписчиков 2) Охват публикации 3) Вовлеченность (ER) 4) Все ответы верны	**4**
Блок 2	**Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В**	
2.1	*Установите соответствие между этапом производственного процесса и его содержанием:* 1) Планирование 2) Подготовка контента 3) Постпродакшн 4) Дистрибуция А) Написание текстов Б) Распространение тиража В) Верстка и дизайн Г) Формирование концепции номера	**1Г, 2А, 3В, 4Б**
2.2	*Соотнесите техническое средство с его функцией в создании медиапродукта:* 1) Adobe InDesign 2) Adobe Photoshop 3) CMS (WordPress) 4) Яндекс.Метрика А) Верстка Б) Обработка изображений В) Управление сайтом Г) Аналитика трафика	**1А, 2Б, 3В, 4Г**
2.3	*Установите соответствие между форматом продвижения и его характеристикой:* 1) Пресс-релиз	**1Б, 2А, 3Г, 4В**

	2) Тизер 3) Пост в соцсетях 4) E-mail рассылка А) Краткий анонс Б) Официальное сообщение для СМИ В) Персонализированная рассылка Г) Публикация с вовлечением	
2.4	*Соотнесите тип медиапродукта с его характеристикой:* 1) Печатное СМИ 2) Сетевое издание 3) Мобильное приложение А) Интерактивность, push-уведомления Б) Офлайн-распространение В) Гиперссылки, мультимедиа	**1Б, 2В, 3А**
2.5	*Установите соответствие между показателем эффективности и его определением:* 1) Охват 2) Вовлеченность (ER) 3) CTR А) Количество уникальных пользователей Б) Отношение активных действий к показам В) Количество кликов к показам	**1А, 2Б, 3В**
	Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421	
2.6	*Определите последовательность этапов производственного процесса создания печатного медиапродукта:* 1) Верстка и дизайн 2) Планирование содержания 3) Печать тиража 4) Написание и редактирование текстов	**2, 4, 1, 3**
2.7	*Расположите в правильной последовательности этапы продвижения медиапродукта в интернете:* 1) Анализ эффективности 2) Создание контента 3) Запуск рекламной кампании 4) Определение целевой аудитории	**4, 2, 3, 1**
2.8	*Установите последовательность этапов создания сайта СМИ:* 1) Наполнение контентом 2) Техническое проектирование 3) Регистрация домена 4) Дизайн и верстка	**3, 2, 4, 1**
2.9	*Определите последовательность этапов обработки текста в редакционно-издательском процессе:* 1) Литературное редактирование 2) Научное/специальное редактирование 3) Корректура 4) Вычитка	**2, 1, 3, 4**

2.10	*Расположите в правильной последовательности этапы запуска нового печатного издания:* 1) Регистрация СМИ 2) Разработка концепции 3) Выпуск пилотного номера 4) Поиск инвесторов	**2, 4, 1, 3**
Блок 3	***Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания***	
3.1	Кейс «Запуск нового медиапродукта» Издательство планирует запустить ежемесячный журнал для молодежи в печатном и цифровом форматах. *Вопросы:* 1. Какие технические средства потребуются? 2. Как организовать продвижение? 3. Назовите два показателя эффективности.	1. Компьютеры, ПО верстки, сайт. 2. Соцсети, таргет, email-рассылка. 3. Тираж, охват в соцсетях.
3.2	Кейс «Продвижение выпуска» Выпущен новый номер журнала. Нужно привлечь аудиторию к электронной версии. *Вопросы:* 1. Какие каналы продвижения использовать? 2. Какой контент создать для анонса? 3. Как измерить эффективность?	1. Соцсети, сайт, email. 2. Тизер, цитаты, видеообзор. 3. Переходы, скачивания.
3.3	Кейс «Анализ эффективности продвижения» После рекламной кампании в соцсетях подписчиков стало больше, но скачиваний журнала не выросло. *Вопросы:* 1. Какой показатель проанализировать? 2. Как улучшить конверсию? 3. Какое техническое средство поможет?	1. CTR, конверсию. 2. Изменить призыв к действию. 3. Яндекс.Метрика.
3.4	Кейс «Выбор технических средств» Редакция переходит на удаленную работу. Нужно организовать совместное создание и редактирование текстов. *Вопросы:* 1. Какие онлайн-инструменты предложить? 2. Как обеспечить контроль версий? 3. Как организовать видеосовещания?	1. Google Docs, Trello. 2. История изменений. 3. Zoom, Яндекс.Телемост.
Блок 4	***Открытые вопросы (краткий ответ)***	
4.1	Программа для верстки газет и журналов.	Adobe InDesign
4.2	Краткий анонс в соцсетях.	Тизер
4.3	Сервис для аналитики сайта.	Яндекс.Метрика
4.4	Формат продвижения через email.	Рассылка
4.5	Показатель вовлеченности аудитории.	ER
4.6	Этап после редактирования текста.	Верстка
4.7	CMS расшифровывается как...	Система управления контентом
4.8	Тип медиа с гиперссылками и видео.	Сетевое издание
4.9	Процесс распространения тиража.	Дистрибуция
4.10	Канал обратной связи на сайте.	Комментарии
4.11	Официальное сообщение для СМИ.	Пресс-релиз
4.12	Программа для обработки фото.	Adobe Photoshop
4.13	Показатель кликабельности.	CTR

4.14	Этап создания концепции номера.	Планирование
4.15	Мобильное приложение с уведомлениями.	Push-уведомления
4.16	Бесплатный аналог Adobe InDesign.	Scribus

4.Материалы, необходимые для оценки умений и владений (практико-ориентированные задания, используемые в период проведения промежуточной аттестации)

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1	Типология коммуникаций	ПК-1, ПК-2
2	Научные школы о терминах «информация» и «коммуникация»	ПК-1, ПК-2
3	Жанры коммуникации в редакционно-издательском процессе, процессе создания и продвижения выпуска медиапродукта	ПК-1, ПК-2
4	Определение авторства трактовок понятия «медиа»	ПК-1, ПК-2
5	Определение сегмента аудитории для печатных СМИ	ПК-1, ПК-2

Материалы для выполнения практико-ориентированных заданий

Задание 1. Типология коммуникаций

Цель работы: освоить классификацию типов коммуникации и определить их место в редакционно-издательском процессе.

Методика выполнения:

1. Изучите основные типы коммуникации (межличностная, групповая, массовая, внутриличностная).
2. Заполните таблицу «Типология коммуникаций»:

Тип коммуникации	Характеристика	Пример в редакционно-издательском процессе	Технические средства
Межличностная			
Групповая			
Массовая			
Внутриличностная			

3. Для каждого типа приведите не менее 2 примеров из реальной работы редакции (переговоры, совещания, написание текста, выпуск номера, коммуникация с читателями).
4. Сделайте вывод о преобладающих типах коммуникации на разных этапах создания медиапродукта.

Результат оформите в виде таблицы и текстового вывода (1 страница).

Задание 2. Научные школы о терминах «информация» и «коммуникация»

Цель работы: проанализировать различные подходы к определению понятий «информация» и «коммуникация».

Методика выполнения:

1. Изучите подходы следующих ученых: К. Фукс, М. Маклюэн, П. Сорокин, А.В. Соколов, Ю. Хабермас.

2. Заполните сравнительную таблицу:

Ученый / школа	Определение «информации»	Определение «коммуникации»	Ключевая идея
К. Фукс			
М. Маклюэн			
П. Сорокин			
А.В. Соколов			
Ю. Хабермас			

3. Ответьте на вопросы:

- В чем отличие понимания информации в социальных и технических системах?
- Как соотносятся информация и коммуникация в редакционно-издательском процессе?

4. Составьте схему «Модель коммуникации К. Фукса» (пояснительная записка к рисунку).

Результат оформите в виде таблицы, схемы и текстовых ответов (2 страницы).

Задание 3. Жанры коммуникации в редакционно-издательском процессе, процессе создания и продвижения выпуска медиапродукта

Цель работы: освоить классификацию жанров коммуникации (по Дж. Остину) и их применение в издательской деятельности.

Методика выполнения:

1. Изучите классификацию жанров коммуникации Дж. Остина (перформативные и констатирующие).

2. Изучите расширенную классификацию: информативный, экспрессивный, аргументативный жанры.

3. Заполните таблицу «Жанры коммуникации в редакционно-издательском процессе»:

Жанр коммуникации	Определение	Пример в создании медиапродукта	Пример в продвижении медиапродукта
Перформативный			
Констатирующий			
Информативный			
Экспрессивный			
Аргументативный			

4. Приведите конкретные примеры из практики работы редакции (реальные или смоделированные) для каждого жанра.

5. Разработайте сценарий короткого продвижения медиапродукта (например, анонс нового журнала), используя не менее 3 различных жанров коммуникации.

Результат оформите в виде таблицы и сценария (1–2 страницы).

Задание 4. Определение авторства трактовок понятия «медиа»

Цель работы: закрепить знание основных теоретиков медиа и их концепций.

Методика выполнения:

Часть 1. Соотнесение концепций и авторов

Установите соответствие между высказыванием (концепцией) и автором. Заполните таблицу:

№	Высказывание / концепция	Автор
1	«Медиа — это продолжение человека»	
2	«Глобальная деревня»	
3	«Коммуникативная рациональность»	
4	«Символическая власть»	
5	Три уровня медиа	
6	Коммуникационная систематика (устная, документная, электронная)	
7	Теория речевых актов	
8	Коммуникационная пирамида	
9	Идея всепроникающей коммуникации	
10	«Медиа — это сообщение»	

Список авторов: М. Маклюэн, Ю. Хабермас, П. Бурдьё, К.Б. Йенсен, А.В. Соколов, Дж. Остин, Д. Маккуэйл, Е. Вартанова, П. Сорокин, К. Фукс.

Часть 2. Анализ концепции

Выберите одного из авторов и подготовьте краткую аннотацию его концепции (0,5–1 страница):

- Основные труды.
- Ключевые понятия.
- Значение для понимания современных медиа.

Результат оформите в виде таблицы и аннотации (до 2 страниц).

Задание 5. Определение сегмента аудитории для печатных СМИ

Цель работы: освоить методику сегментирования аудитории печатных средств массовой информации.

Методика выполнения:

Часть 1. Анализ текущих данных

Используя открытые данные исследовательских организаций (Mediascope, TNS, аналитика издательств), проанализируйте аудиторию печатных СМИ вашего региона.

Параметры анализа:

- Демографические характеристики (пол, возраст, образование, доход).
- Географические характеристики (город/село, район).

- Поведенческие характеристики (частота чтения, каналы получения прессы, предпочтения по тематике).
- Психографические характеристики (ценности, интересы, образ жизни).

Часть 2. Заполнение таблицы

Параметр сегментации	Описание аудитории	Пример для конкретного издания
Демографические		
Географические		
Поведенческие		
Психографические		

Часть 3. Выявление свободных ниш

На основе анализа определите:

- Какие сегменты аудитории недостаточно охвачены существующими изданиями?
- Какую информационную нишу можно занять новому изданию?
- Какие параметры контента и продвижения будут релевантны для выявленного сегмента?

Лист изменений в ФОС по дисциплине

В ФОС по дисциплине внесены следующие изменения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2026/27	Протокол № 10 25.05.2026		Дополнены тестовые задания
2027/28	Протокол № дд.мм.гггг		
2028/29	Протокол № дд.мм.гггг		