



*ФГОС ВО
(версия 3++)*

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«СИСТЕМА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»**

ЧЕЛЯБИНСК 2024

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

Кафедра дизайна и компьютерных технологий

Фонд оценочных средств
по дисциплине
«Система средств массовой информации»

по программе магистратуры
профиль «Коммуникативный дизайн в рекламе»
по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью
квалификация: магистр

Челябинск 2024

Фонд оценочных средств по дисциплине «Система средств массовой информации» составлен в соответствии с требованиями ФГОСВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

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

Фонд оценочных средств по дисциплине «Система средств массовой информации» как составная часть ОПОП на заседании совета факультета декоративно-прикладного творчества рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 5 от 22.01.2024.

Экспертиза проведена 16.02.2024, акт № 2024/РСОм

Фонд оценочных средств по дисциплине «Система средств массовой информации» как составная часть ОПОП утвержден на заседании Ученого совета института протокол № 05 от 26.02.2024.

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

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2025/26	
2026/27	
2027/28	
2028/29	

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 от 22.04.2019, 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 (пятибалльная система). Таблица 10.

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 экзамену.* 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	<p>Уровневая модель представлена в трех взаимосвязанных блоках заданий:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Блок 1. Задания 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, проследить 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.
Время тестирования (мин)	90 мин на выборку из 20 вопросов
Планируемые результаты освоения	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6
Перечень документов, используемых при планировании содержания теста	ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль, рабочая программа дисциплины
Разработчики	Штолер А. В., канд. пед. наук, доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, доцент
Экспертиза тестовых заданий	Проведена в рамках общей экспертизы ОПОП

Банк заданий с ответами

ОПК -4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

Код задания	Задание	Ключ правильного ответа
Блок 1	Выберите правильный ответ(ы)	
1.1	Фактчекинг – это... 1) поиск, подборка и глубокий анализ фактов, необходимых для написания аналитического материала 2) проверка статистики и других фактов в документах, текстах выступлений и публикаций на соответствие действительности 3) отчет сотрудника редакции о тех новостных фактах, которые получили официальное подтверждение от вышестоящих органов 4) процесс поиска и моментального написания коротких новостных материалов о текущих событиях	1
1.2	Движение смыслов в психическом хронотопе, сотворенном воображением субъекта (бессознательным, сном), образует 1) межличностное общение 2) внутриличностная коммуникация 3) психогенная виртуальная коммуникация	3
1.3	Альманахами называют издания СМИ, выходящие 1) один раз в квартал (год) 2) один раз в месяц 3) еженедельные издания 4) ежегодно	4
1.4	К произведениям обличительного жанра относится 1) эссе 2) очерк 3) репортаж 4) памфлет	4
1.5	Когда смысл коммуникации волевое воздействие (стимул), коммуникативная ситуация является 1) познавательной 2) побудительной 3) экспрессивной 4) сочинительской	2
1.6	«Низовые» издания СМИ – это 1) городские 2) районные 3) многотиражные 4) отраслевые	3
1.7	Что не входит в процесс распределенной дистрибуции? 1) подключение к информации 2) передача информации 3) взятие информации 4) хранение информации	3
1.8	Одна из основных черт (признак) массовой информации:	1

	<ul style="list-style-type: none"> 1) доступность 2) элитарность 3) закрытость 											
1.9	<p>Деятельность, порождающая нечто качественно новое и отличающаяся неповторимостью, оригинальностью и общественно-исторической уникальностью:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) написание статей 2) композиция 3) творчество 	3										
1.10	<p>Mass media – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) синоним журналистики 2) комплекс каналов доставки информации массовому адресату 3) синоним публицистики 	2										
1.11	<p>Относительно устойчивая структурно-содержательная организация текста, обусловленная своеобразным отражением действительности и характером отношения к ней творца:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) стиль 2) жанр 3) оригинальность 	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	<p><i>Расставьте соответствия между видами специалистов конвергентной редакции и их функциональными обязанностями:</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%; text-align: center;">Специалист</th> <th style="text-align: center;">Обязанности</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1) twitter-репортер</td> <td>А) умеет работать с фото- и видеотехникой собирать оперативную информацию, передавать мультимедийные файлы разными способами</td> </tr> <tr> <td>2) редактор пользовательского контента</td> <td>Б) несет основную ответственность за управление изданием, включая создание коррективов и загрузку контента</td> </tr> <tr> <td>3) универсальный журналист</td> <td>В) умеет находить информацию в блогах соц. сетях, форумах и трансформировать ее в редакционное задание</td> </tr> <tr> <td>4) мультимедийный редактор</td> <td>Г) умеет вести репортаж в режиме онлайн как в текстовом варианте, так и с фото-видео</td> </tr> </tbody> </table>	Специалист	Обязанности	1) twitter-репортер	А) умеет работать с фото- и видеотехникой собирать оперативную информацию, передавать мультимедийные файлы разными способами	2) редактор пользовательского контента	Б) несет основную ответственность за управление изданием, включая создание коррективов и загрузку контента	3) универсальный журналист	В) умеет находить информацию в блогах соц. сетях, форумах и трансформировать ее в редакционное задание	4) мультимедийный редактор	Г) умеет вести репортаж в режиме онлайн как в текстовом варианте, так и с фото-видео	1Г2В3А4Б
Специалист	Обязанности											
1) twitter-репортер	А) умеет работать с фото- и видеотехникой собирать оперативную информацию, передавать мультимедийные файлы разными способами											
2) редактор пользовательского контента	Б) несет основную ответственность за управление изданием, включая создание коррективов и загрузку контента											
3) универсальный журналист	В) умеет находить информацию в блогах соц. сетях, форумах и трансформировать ее в редакционное задание											
4) мультимедийный редактор	Г) умеет вести репортаж в режиме онлайн как в текстовом варианте, так и с фото-видео											
2.2	<p><i>Установите соответствия между основными категориями медиатекста и их характеристиками:</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%; text-align: center;">Категория</th> <th style="text-align: center;">Характеристика</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1) медийность</td> <td>А) это поликодовость, интегрирующая в едином смысловом пространстве разнородные компоненты (вербальные, аудиовизуальные и др.)</td> </tr> <tr> <td>2) массовость</td> <td>Б) это жесткая детерминированность каналом коммуникации, имеющим определенный формат</td> </tr> <tr> <td>3) интегративность</td> <td>В) это структура медиатекста, открытая для многочисленных интерпретаций, т. е. совокупность фраз бесконечных ги-</td> </tr> </tbody> </table>	Категория	Характеристика	1) медийность	А) это поликодовость, интегрирующая в едином смысловом пространстве разнородные компоненты (вербальные, аудиовизуальные и др.)	2) массовость	Б) это жесткая детерминированность каналом коммуникации, имеющим определенный формат	3) интегративность	В) это структура медиатекста, открытая для многочисленных интерпретаций, т. е. совокупность фраз бесконечных ги-	1Б2Г3А4В		
Категория	Характеристика											
1) медийность	А) это поликодовость, интегрирующая в едином смысловом пространстве разнородные компоненты (вербальные, аудиовизуальные и др.)											
2) массовость	Б) это жесткая детерминированность каналом коммуникации, имеющим определенный формат											
3) интегративность	В) это структура медиатекста, открытая для многочисленных интерпретаций, т. е. совокупность фраз бесконечных ги-											

		пертекстов											
	4) интертекстуальность	Г) предполагает социально ориентированное общение, в котором адресат имеет признаки анонимности, рассредоточенности, разнородности, ретиальности и неопределенности											
2.3	<p><i>Расставьте соответствия между типами PR-текстов и их определениями:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PR-текст</th> <th>Определение</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1) кейс-стори</td> <td>А) это авторская статья от первого лица, создающая или поддерживающая через авторитетный текст публицитный капитал организации</td> </tr> <tr> <td>2) байлайнер</td> <td>Б) это дополнительная информация о «фоне», окружающем событие (история компании, статистика и пр.)</td> </tr> <tr> <td>3) бэкграундер</td> <td>В) это актуальная оперативная информация события субъекта PR</td> </tr> <tr> <td>4) пресс-релиз</td> <td>Г) это рассказ о благоприятном опыте использования потребителем продукта или услуги</td> </tr> </tbody> </table>		PR-текст	Определение	1) кейс-стори	А) это авторская статья от первого лица, создающая или поддерживающая через авторитетный текст публицитный капитал организации	2) байлайнер	Б) это дополнительная информация о «фоне», окружающем событие (история компании, статистика и пр.)	3) бэкграундер	В) это актуальная оперативная информация события субъекта PR	4) пресс-релиз	Г) это рассказ о благоприятном опыте использования потребителем продукта или услуги	1Г2А3Б4В
PR-текст	Определение												
1) кейс-стори	А) это авторская статья от первого лица, создающая или поддерживающая через авторитетный текст публицитный капитал организации												
2) байлайнер	Б) это дополнительная информация о «фоне», окружающем событие (история компании, статистика и пр.)												
3) бэкграундер	В) это актуальная оперативная информация события субъекта PR												
4) пресс-релиз	Г) это рассказ о благоприятном опыте использования потребителем продукта или услуги												
2.4	<p><i>Распределите публицистические жанры по соответствующим классификационным группам:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Жанры</th> <th>Классификационные группы</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1) репортаж, отчет</td> <td>А) аналитические</td> </tr> <tr> <td>2) статья, обзор</td> <td>Б) информационные</td> </tr> <tr> <td>3) очерк, памфлет</td> <td>В) синтетические</td> </tr> <tr> <td>4) инфографика, подкаст</td> <td>Г) художественно-публицистические</td> </tr> </tbody> </table>		Жанры	Классификационные группы	1) репортаж, отчет	А) аналитические	2) статья, обзор	Б) информационные	3) очерк, памфлет	В) синтетические	4) инфографика, подкаст	Г) художественно-публицистические	1Б2А3Г4В
Жанры	Классификационные группы												
1) репортаж, отчет	А) аналитические												
2) статья, обзор	Б) информационные												
3) очерк, памфлет	В) синтетические												
4) инфографика, подкаст	Г) художественно-публицистические												
2.5	<p><i>Установите соответствия между методами сбора массовой информации и их определениями:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Метод</th> <th>Определение</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1) опрос</td> <td>А) активное вмешательство журналиста в изучаемые процессы с целью установления взаимосвязей событий</td> </tr> <tr> <td>2) эксперимент</td> <td>Б) выяснение субъективных мнений, предпочтений, установок людей</td> </tr> <tr> <td>3) наблюдение</td> <td>В) проводимая по определенному плану беседа журналиста с респондентом и записью ответов последнего</td> </tr> <tr> <td>4) интервью</td> <td>Г) пассивная регистрация журналистом изучаемых событий и процессов, основанная на их визуальном или звуковом восприятии</td> </tr> </tbody> </table>		Метод	Определение	1) опрос	А) активное вмешательство журналиста в изучаемые процессы с целью установления взаимосвязей событий	2) эксперимент	Б) выяснение субъективных мнений, предпочтений, установок людей	3) наблюдение	В) проводимая по определенному плану беседа журналиста с респондентом и записью ответов последнего	4) интервью	Г) пассивная регистрация журналистом изучаемых событий и процессов, основанная на их визуальном или звуковом восприятии	1Б2А3Г4В
Метод	Определение												
1) опрос	А) активное вмешательство журналиста в изучаемые процессы с целью установления взаимосвязей событий												
2) эксперимент	Б) выяснение субъективных мнений, предпочтений, установок людей												
3) наблюдение	В) проводимая по определенному плану беседа журналиста с респондентом и записью ответов последнего												
4) интервью	Г) пассивная регистрация журналистом изучаемых событий и процессов, основанная на их визуальном или звуковом восприятии												
	<p>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</p>												
2.6	<p>Расположите в порядке от большего к меньшему популярности следующие издания</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) экономические 2) деловые 3) молодежные 4) профсоюзные 		3214										

<p>Блок 3</p>	<p>Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания</p>	
<p>3.1</p>	<p><i>Изучите приведенное ниже российское общественно-политическое интернет-издание, охарактеризуйте его тип по следующим признакам:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) <u>степень профессиональности</u> — профессиональное или любительское; 2) <u>доступность для читателей</u> — общедоступное или с ограниченным доступом; 3) <u>характер аудитории</u> — общее или специализированное; 4) <u>характер публикуемой информации</u> — новостное, информационное, аналитическое или смешанное; 5) <u>частота обновления</u> — регулярно обновляемое, нерегулярно обновляемое или обновляемое по мере поступления информации; 6) <u>метод распространения информации</u> — сайт (веб-ресурс), рассылка (рассылаемые по электронной почте) или смешанное; 7) <u>метод работы с информацией</u> — контентосоздающее или контентопотребляющее. 	<p>1) профессиональное; 2) общедоступное; 3) общее; 4) новостное; 5) регулярно обновляемое; 6) сайт; 7) контентосоздающее.</p>
<p>3.2</p>	<p><i>Прочитайте приведенный ниже текст, сформулируйте 3 отличия этнических СМИ от универсальных (не специализирующихся на этнической информации).</i></p> <p>«Задачи специализированных этнических СМИ включают:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ поиск путей сосуществования с людьми, обладающими другим культурным бэкграундом; ■ распространение информации о культурной группе для тех, кто не включен в сообщество; ■ распространение актуальной для сообщества информации, защита его интересов; ■ распространение норм сообщества; ■ сохранение культурного наследия, языка.» 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Используют этническую информацию. 2. Рассчитаны на специализированную аудиторию. 3. Способствуют этнической самоидентификации.

Блок 4	Вопросы открытого типа	
4.1	Медиа́тэкст, направленный на формирование первичного спроса, запоминание потребителем бренда и ключевого преимущества товара, как вид рекламы	<i>информативный</i>
4.2	Информация, соответствующим образом обработанная и упакованная	<i>медиапродукт</i>
4.3	рецензия, радиOVERсия журнала, комментариев, обзор – относят к группе медиаформатов	<i>создание текстов о текстах</i>
4.4	интервью, ток-шоу, пресс-конференция – относят к группе медиаформатов	<i>создание диалогического текста</i>
4.5	структура медиатекста, открытая для многочисленных интерпретаций, т. е. совокупность фраз бесконечных гипертекстов	<i>интертекстуальность</i>

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

Код задания	Задание	Ключ правильного ответа
Блок 1	Выберите правильный ответ(ы)	
1.1	Уровень коммодификации определяется основным атрибутом медиа 1) степень фиксации (сохранения) 2) степень репродуцируемости 3) степень технологической интеграции 4) степень удаленности во времени и пространстве	2
1.2	Фундаментальной характеристикой медиаиндустрии не является 1) репродуцируемость 2) коммодификация 3) институализация массовой коммуникации	2
1.3	Назовите факторы, характеризующие новые медиа 1) бэкграунд, астротерфинг, эдьютейнмен 2) интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность 3) кроссмедийность, интегрированность	3
1.4	Что такое «новые медиа»? 1) любая медиапродукция, являющаяся интерактивной, и распространяемая цифровыми методами 2) телевизионная журналистика по отношению к печатной 3) социальные сети и мессенджеры	3
1.5	Отличительные особенности коммуникационных процессов: 1) взаимодействие субъектов, опосредованное некоторым объектом 2) чувственное восприятие (перцепция) материальных объектов, но не субъектов 3) целенаправленность, или функциональность 4) духовное творчество — создание новых культурных ценностей	1
1.6	Институционализированное производство и всеобщее распространение символических товаров при помощи сохранения и передачи информации и символического контента – это 1) медиа 2) массмедиа 3) медиатизированная интеракция	2
1.7	Деятельность СМИ может быть прекращена или приостановлена	1

	1) судом 2) главным редактором 3) прокуратурой 4) управлением внутренних дел													
1.8	Лидером журналистики в мировом пространстве является 1) Россия 2) Великобритания 3) Япония 4) США	4												
1.9	Ключевое качество современных интернет-СМИ? 1) интерактивность 2) социальность 3) глобальность 4) концептуальность	1												
1.10	Порядок учреждения СМИ в России: 1) регистрационный 2) уведомительный 3) разрешительный	1												
1.11	СМИ считается таковым, если территориально зона его регулярного действия распространяется до международных масштабов: 1) федеральное 2) транснациональное 3) региональное	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	<i>Расставьте соответствия между медиаформатами и группами их классификации, предложенными современными авторами:</i> <table border="1" data-bbox="288 1223 1206 1570"> <thead> <tr> <th>Группа</th> <th>Медиаформаты</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1) «Констатация факта»</td> <td>А) статья, расследование, мультимедийная статья</td> </tr> <tr> <td>2) «Создание образа предмета речи»</td> <td>Б) заметка, корреспонденция, репортаж, фотолента, фотография</td> </tr> <tr> <td>3) «Создание диалогического текста»</td> <td>В) рецензия, радиOVERсия журнала, комментарий, обзор</td> </tr> <tr> <td>4) «Создание текста о тексте»</td> <td>Г) интервью, ток-шоу, пресс-конференция</td> </tr> <tr> <td>5) «Анализ факта»</td> <td>Д) очерк, зарисовка, фельетон</td> </tr> </tbody> </table>	Группа	Медиаформаты	1) «Констатация факта»	А) статья, расследование, мультимедийная статья	2) «Создание образа предмета речи»	Б) заметка, корреспонденция, репортаж, фотолента, фотография	3) «Создание диалогического текста»	В) рецензия, радиOVERсия журнала, комментарий, обзор	4) «Создание текста о тексте»	Г) интервью, ток-шоу, пресс-конференция	5) «Анализ факта»	Д) очерк, зарисовка, фельетон	1Б2Д3Г4В 5А
Группа	Медиаформаты													
1) «Констатация факта»	А) статья, расследование, мультимедийная статья													
2) «Создание образа предмета речи»	Б) заметка, корреспонденция, репортаж, фотолента, фотография													
3) «Создание диалогического текста»	В) рецензия, радиOVERсия журнала, комментарий, обзор													
4) «Создание текста о тексте»	Г) интервью, ток-шоу, пресс-конференция													
5) «Анализ факта»	Д) очерк, зарисовка, фельетон													

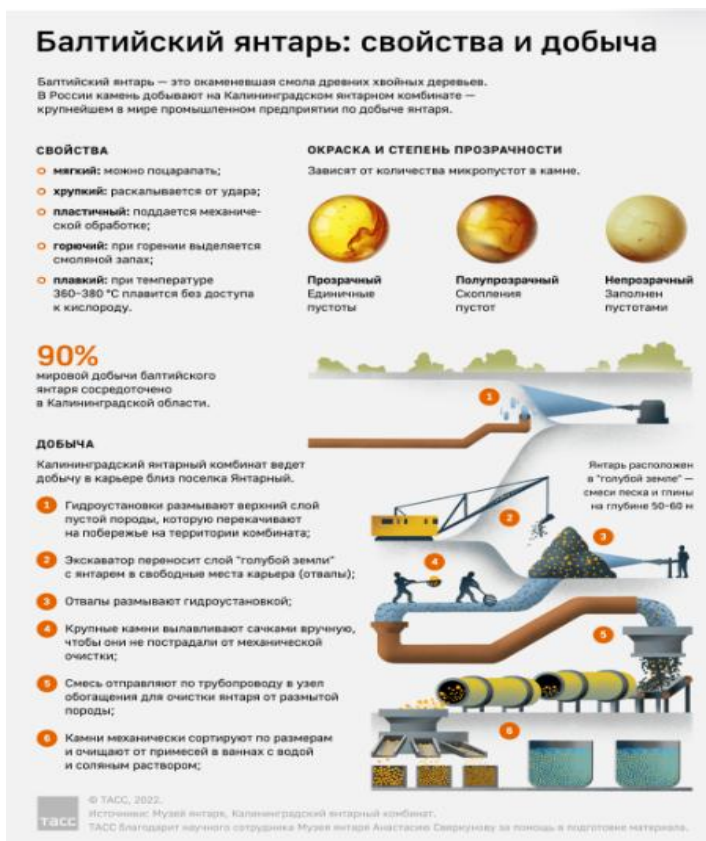
2.2	<p><i>Установите соответствия между платформами медиаконтента холдинга ВГТРК и их наименованиями:</i></p> <table border="1" data-bbox="288 226 1206 701"> <thead> <tr> <th data-bbox="288 226 695 264">Наименование</th> <th data-bbox="695 226 1206 264">Платформа ВГТРК</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="288 264 695 501">1) «Россия 1»</td> <td data-bbox="695 264 1206 501">А) Интернет-платформа, объединяющая контент всех активов ВГТРК, доступная для пользователей в десктоп-версиях, на телевизорах со Smart TV, Apple TV и Android TV, а также в приложениях для смартфонов и планшетов на базе iOS и Android</td> </tr> <tr> <td data-bbox="288 501 695 568">2) «Маяк»</td> <td data-bbox="695 501 1206 568">Б) информационный Интернет-портал</td> </tr> <tr> <td data-bbox="288 568 695 636">3) «Вести.RU»</td> <td data-bbox="695 568 1206 636">В) информационно-развлекательный телеканал</td> </tr> <tr> <td data-bbox="288 636 695 701">4) «Смотрим»</td> <td data-bbox="695 636 1206 701">Г) информационно-развлекательная радиостанция</td> </tr> </tbody> </table>	Наименование	Платформа ВГТРК	1) «Россия 1»	А) Интернет-платформа, объединяющая контент всех активов ВГТРК, доступная для пользователей в десктоп-версиях, на телевизорах со Smart TV, Apple TV и Android TV, а также в приложениях для смартфонов и планшетов на базе iOS и Android	2) «Маяк»	Б) информационный Интернет-портал	3) «Вести.RU»	В) информационно-развлекательный телеканал	4) «Смотрим»	Г) информационно-развлекательная радиостанция	1В2ГЗБ4А
Наименование	Платформа ВГТРК											
1) «Россия 1»	А) Интернет-платформа, объединяющая контент всех активов ВГТРК, доступная для пользователей в десктоп-версиях, на телевизорах со Smart TV, Apple TV и Android TV, а также в приложениях для смартфонов и планшетов на базе iOS и Android											
2) «Маяк»	Б) информационный Интернет-портал											
3) «Вести.RU»	В) информационно-развлекательный телеканал											
4) «Смотрим»	Г) информационно-развлекательная радиостанция											
2.3	<p><i>Расставьте соответствия между основными подходами в создании рекламных медиатекстов и их примерами:</i></p> <table border="1" data-bbox="288 792 1206 1171"> <thead> <tr> <th data-bbox="288 792 600 831">Подход</th> <th data-bbox="600 792 1206 831">Пример</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="288 831 600 869">1) фактический</td> <td data-bbox="600 831 1206 869">А) «Пожалуй, лучшее пиво в мире»</td> </tr> <tr> <td data-bbox="288 869 600 1003">2) с выдумкой</td> <td data-bbox="600 869 1206 1003">Б) «17 новых насыщенных оттенков для тебя! От ванильного латте до бургундского вина. Нежная или страстная? Ты выбираешь, какой быть сегодня!»</td> </tr> <tr> <td data-bbox="288 1003 600 1070">3) эмоциональный</td> <td data-bbox="600 1003 1206 1070">В) «Sunway – мощный кроссовер со скромным аппетитом»</td> </tr> <tr> <td data-bbox="288 1070 600 1171">4) сравнительный</td> <td data-bbox="600 1070 1206 1171">Г) «История о том, как кофе, сваренный в офисе, помог команде решить сложную рабочую задачу»</td> </tr> </tbody> </table>	Подход	Пример	1) фактический	А) «Пожалуй, лучшее пиво в мире»	2) с выдумкой	Б) «17 новых насыщенных оттенков для тебя! От ванильного латте до бургундского вина. Нежная или страстная? Ты выбираешь, какой быть сегодня!»	3) эмоциональный	В) «Sunway – мощный кроссовер со скромным аппетитом»	4) сравнительный	Г) «История о том, как кофе, сваренный в офисе, помог команде решить сложную рабочую задачу»	1В2ГЗБ4А
Подход	Пример											
1) фактический	А) «Пожалуй, лучшее пиво в мире»											
2) с выдумкой	Б) «17 новых насыщенных оттенков для тебя! От ванильного латте до бургундского вина. Нежная или страстная? Ты выбираешь, какой быть сегодня!»											
3) эмоциональный	В) «Sunway – мощный кроссовер со скромным аппетитом»											
4) сравнительный	Г) «История о том, как кофе, сваренный в офисе, помог команде решить сложную рабочую задачу»											
2.4	<p><i>Установите соответствия между средствами журналистской работы с массовой информацией и их функциональным назначением:</i></p> <table border="1" data-bbox="288 1270 1206 1615"> <thead> <tr> <th data-bbox="288 1270 655 1337">Функциональное назначение средства</th> <th data-bbox="655 1270 1206 1337">Наименование средства</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="288 1337 655 1404">1) воздействие на массовые стереотипы и мнения</td> <td data-bbox="655 1337 1206 1404">А) средство получения достоверной и объективной информации из первых рук</td> </tr> <tr> <td data-bbox="288 1404 655 1482">2) изменение логической структуры текста</td> <td data-bbox="655 1404 1206 1482">Б) средство журналистской манипуляции</td> </tr> <tr> <td data-bbox="288 1482 655 1550">3) журналистское расследование</td> <td data-bbox="655 1482 1206 1550">В) средство оценивания массовой информации</td> </tr> <tr> <td data-bbox="288 1550 655 1615">4) определение степени актуальности материала</td> <td data-bbox="655 1550 1206 1615">Г) средство редактирования материала</td> </tr> </tbody> </table>	Функциональное назначение средства	Наименование средства	1) воздействие на массовые стереотипы и мнения	А) средство получения достоверной и объективной информации из первых рук	2) изменение логической структуры текста	Б) средство журналистской манипуляции	3) журналистское расследование	В) средство оценивания массовой информации	4) определение степени актуальности материала	Г) средство редактирования материала	1Б2ГЗА4В
Функциональное назначение средства	Наименование средства											
1) воздействие на массовые стереотипы и мнения	А) средство получения достоверной и объективной информации из первых рук											
2) изменение логической структуры текста	Б) средство журналистской манипуляции											
3) журналистское расследование	В) средство оценивания массовой информации											
4) определение степени актуальности материала	Г) средство редактирования материала											
Блок 3	Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания											
3.1	<i>Изучите журналистский материал, представленный на сайте информационного агентства «РИА-НОВОСТИ», укажите не менее 3-х признаков его интерактивности.</i>	1. Гиперссылки. 2. Комментарии. 3. Обсуждения.										

	<p>18:37, 24.07.2022 (обновлено: 18:36 24.07.2022) 70569</p> <p>Захарова пошутила над журналистами на встрече глав МИД России и Египта</p> <p>Захарова: журналисты на встрече Лаврова с Шукри ждали появления изоляции, но она не пришла</p> <p>МОСКВА, 24 июля — РИА Новости. Журналисты, прибывшие на переговоры глав МИД Египта и России, пытались отыскать рядом с российским министром "изоляция", но "она так и не пришла".</p> <p>По словам представителя ведомства, переговоры глав МИД России и Египта в Каире начались под прицелом десятков объективов.</p> <p>"Журналисты не раскодились, как будто ожидали чего-то. И тут я поняла. Они пытались отыскать рядом с Сергеем Лавровым изоляцию, ждали ее торжественного появления. А она так и не пришла", — написала Захарова в своем Telegram-канале.</p>	<p>Лавров и его египетский коллега проводят встречу в расширенном формате с участием делегаций. Ранее министры встретились тет-а-тет.</p> <p>Лавров в воскресенье находится в Каире с рабочим визитом. Он был принят президентом Египта Абдель Фаттахом ас-Сиси.</p> <p>Захарова завершила дискуссию с журналистом CNN по Украине шуткой про Аляску</p> <p>18 июля, 18:32</p> <p>1336 221 6 8 8 44 Обсудить</p> <p>В мире Египет Россия Мария Захарова Сергей Лавров Семех Шукри</p> <p>Популярные комментарии</p> <p>Как не иронично, но попытки изолировать Россию по итогу вышли боком скорее Западу а...</p> <p>24 июля, 18:33 89</p> <p>О чем договорились?</p> <p>24 июля, 19:25 37</p> <p>Григорий Кичанов Замир Рамадаев</p> <p>Обсудить</p>	
--	--	---	--

3.2

Изучите приведенный ниже медиатекст, размещенный на сайте информационного агентства «ТАСС», определите его жанр.

Инфографика



Блок 4	Вопросы открытого типа	
4.1	Специалист, занимающийся руководством, стратегией развития различных масс-медиа, управлением медиа-проектами и созданием медиа-продуктов в различных СМИ	медиа-менеджер
4.2	Устойчивая совокупность людей, возникающая на основе общности их информационных интересов и потребностей (вытекающих из их социальной принадлежности), а также форм, способов и каналов удовлетворения этих потребностей.	социальная группа
4.3	Какой четвертый принцип формирования редакционного отдела вы знаете?	тематический

	те? (дополните ответ): отраслевой, функциональный, региональный,	
4.4	Жесткая детерминированность каналом коммуникации, имеющим определенный формат определяет свойство медиатекста	<i>Медийность</i>
4.5	Любые внешние расширения человека, предназначенные для адаптации и преобразовании человека в физическом и социокультурном пространствах, по мысли М. Маклюэна	<i>Медиа</i>
4.6	жанр сетевого издания, обязательно содержащий элементы инфотеймента	<i>ток-шоу</i>

ОПК- 6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Код задания	Задание	Ключ правильного ответа
Блок 1	Выберите правильный ответ(ы)	
1.1	Инфографика может быть... 1) статической 2) визуальной 3) тематической	<i>1</i>
1.2	Содержание материала, представленное в аналоговом или цифровом формате на разнообразных носителях – это... 1) контекст 2) гипертекст 3) интертекст 4) контент	<i>4</i>
1.3	Что такое «интерактивность»? 1) сообщение, изложение, некоторые сведения, совокупность данных 2) возможность двустороннего или многостороннего влияния друг на друга в реальном времени вне зависимости от территориального нахождения 3) короткая пресс-конференция, которая проводится по одной теме и сразу начинается с вопросов журналистов	<i>2</i>
1.4	Что такое динамическая инфографика? 1) визуальная подача информации с использованием рисунков, чертежей и графиков 2) газетная верстка с использованием принципа интернет-верстки 3) визуальная подача информации с использованием элементов интерактивности или анимации	<i>3</i>
1.5	Информационная технология – это... 1) программные средства, обеспечивающие создание систем обработки и саму обработку данных в информационных системах 2) совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, обеспечивающая сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации для снижения трудоемкости производственных процессов 3) использование специальных аппаратных и программных средств, обеспечивающих защиту информации и расширение сферы применения баз знаний	<i>1</i>
1.6	Технология мультимедиа - это ...	<i>4</i>

	<ol style="list-style-type: none"> 1) программно-техническая организация обмена с компьютером текстовой, графической, аудио и видеоинформацией 2) создание, хранение и обработка моделей объектов и их изображений с помощью ЭВМ 3) организация текста в виде иерархических структур 4) процесс, обеспечивающий сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации 											
1.7	<p>Взаимодействие и объединение различных каналов связи в условиях развития мультимедийности – это...</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) дигитализация 2) интерактивность 3) конвергенция 4) мобильность 	3										
1.8	<p>Подвижность, способность к быстрому передвижению, действию – это...</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) медийность 2) конвергентность 3) мобильность 4) интерактивность 	3										
1.9	<p>Основным признаком печатного дизайна является</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Функциональность 2) Универсальность 3) Эстетичность 4) Симметричность 	1										
1.10	<p>Что такое мультимедийность в системе массмедиа</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) система связи между отдельными документами с помощью встроенных гиперссылок 2) одновременное использование различных форм представления информации и ее обработки в едином объекте-контейнере 3) процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации 4) перевод содержания СМИ во всех его формах в цифровой формат, понятный современным компьютерам 	2										
1.11	<p>Наиболее распространенной в современной полиграфии является:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) техника высокой печати 2) офсетная техника печати 3) копировальная техника печати 4) любая 	1										
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	<p><i>Расставьте соответствия между СМИ и их видами:</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">СМИ</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">Вид СМИ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1) «Маяк»</td> <td>А) телевизионное СМИ</td> </tr> <tr> <td>2) «Комсомольская правда»</td> <td>Б) Интернет-СМИ</td> </tr> <tr> <td>3) «Lenta.ru»</td> <td>В) радиальное СМИ</td> </tr> <tr> <td>4) «Звезда»</td> <td>Г) печатное СМИ</td> </tr> </tbody> </table>	СМИ	Вид СМИ	1) «Маяк»	А) телевизионное СМИ	2) «Комсомольская правда»	Б) Интернет-СМИ	3) «Lenta.ru»	В) радиальное СМИ	4) «Звезда»	Г) печатное СМИ	<i>1В2Г3Б4А</i>
СМИ	Вид СМИ											
1) «Маяк»	А) телевизионное СМИ											
2) «Комсомольская правда»	Б) Интернет-СМИ											
3) «Lenta.ru»	В) радиальное СМИ											
4) «Звезда»	Г) печатное СМИ											

2.2	<p><i>Расставьте соответствия между основными понятиями вещательных СМИ и их определениями:</i></p> <table border="1" data-bbox="284 230 1185 869"> <thead> <tr> <th data-bbox="284 230 571 264">Понятие</th> <th data-bbox="571 230 1185 264">Определение</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="284 264 571 365">1) радио-, теле-, видео-, кинохроникальная программа</td> <td data-bbox="571 264 1185 365">А) это юридическое лицо, осуществляющее формирование телеканала или радиоканала и его распространение в установленном порядке</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 365 571 533">2) обязательные общедоступные телеканалы и (или) радиоканалы</td> <td data-bbox="571 365 1185 533">Б) сформированная в соответствии с сеткой вещания и выходящая в эфир под постоянным наименованием и с установленной периодичностью совокупность теле-, радиопрограмм и (или) иных аудиовизуальных материалов</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 533 571 701">3) телеканал, радиоканал</td> <td data-bbox="571 533 1185 701">В) это совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 701 571 869">4) вещатель</td> <td data-bbox="571 701 1185 869">Г) это телеканалы и (или) радиоканалы, которые подлежат распространению во всех средах вещания без взимания платы с потребителей (телезрителей, радиослушателей) за право просмотра, прослушивания</td> </tr> </tbody> </table>	Понятие	Определение	1) радио-, теле-, видео-, кинохроникальная программа	А) это юридическое лицо, осуществляющее формирование телеканала или радиоканала и его распространение в установленном порядке	2) обязательные общедоступные телеканалы и (или) радиоканалы	Б) сформированная в соответствии с сеткой вещания и выходящая в эфир под постоянным наименованием и с установленной периодичностью совокупность теле-, радиопрограмм и (или) иных аудиовизуальных материалов	3) телеканал, радиоканал	В) это совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год	4) вещатель	Г) это телеканалы и (или) радиоканалы, которые подлежат распространению во всех средах вещания без взимания платы с потребителей (телезрителей, радиослушателей) за право просмотра, прослушивания	1В2ГЗБ4А
Понятие	Определение											
1) радио-, теле-, видео-, кинохроникальная программа	А) это юридическое лицо, осуществляющее формирование телеканала или радиоканала и его распространение в установленном порядке											
2) обязательные общедоступные телеканалы и (или) радиоканалы	Б) сформированная в соответствии с сеткой вещания и выходящая в эфир под постоянным наименованием и с установленной периодичностью совокупность теле-, радиопрограмм и (или) иных аудиовизуальных материалов											
3) телеканал, радиоканал	В) это совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год											
4) вещатель	Г) это телеканалы и (или) радиоканалы, которые подлежат распространению во всех средах вещания без взимания платы с потребителей (телезрителей, радиослушателей) за право просмотра, прослушивания											
2.3	<p><i>Расставьте соответствия между синтетическими жанрами Интернет-СМИ и их определениями:</i></p> <table border="1" data-bbox="284 947 1185 1384"> <thead> <tr> <th data-bbox="284 947 539 981">Жанр</th> <th data-bbox="539 947 1185 981">Определение</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="284 981 539 1081">1) мультимедийная статья</td> <td data-bbox="539 981 1185 1081">А) это аудиофайл или серия аудиофайлов в цифровом формате, предназначенные для скачивания или рассылки с помощью технологии RSS</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 1081 539 1160">2) подкаст</td> <td data-bbox="539 1081 1185 1160">Б) это способ визуализации сложной информации для ее быстрого и четкого преподнесения</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 1160 539 1261">3) инфографика</td> <td data-bbox="539 1160 1185 1261">В) это форма подачи информации, которая упрощает навигацию по видеоматериалам большого объема</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 1261 539 1384">4) мультискрипт</td> <td data-bbox="539 1261 1185 1384">Г) это материал, в котором тема раскрыта с помощью нескольких медийных платформ, которые создают объемную картину события</td> </tr> </tbody> </table>	Жанр	Определение	1) мультимедийная статья	А) это аудиофайл или серия аудиофайлов в цифровом формате, предназначенные для скачивания или рассылки с помощью технологии RSS	2) подкаст	Б) это способ визуализации сложной информации для ее быстрого и четкого преподнесения	3) инфографика	В) это форма подачи информации, которая упрощает навигацию по видеоматериалам большого объема	4) мультискрипт	Г) это материал, в котором тема раскрыта с помощью нескольких медийных платформ, которые создают объемную картину события	1Г2А3Б4В
Жанр	Определение											
1) мультимедийная статья	А) это аудиофайл или серия аудиофайлов в цифровом формате, предназначенные для скачивания или рассылки с помощью технологии RSS											
2) подкаст	Б) это способ визуализации сложной информации для ее быстрого и четкого преподнесения											
3) инфографика	В) это форма подачи информации, которая упрощает навигацию по видеоматериалам большого объема											
4) мультискрипт	Г) это материал, в котором тема раскрыта с помощью нескольких медийных платформ, которые создают объемную картину события											
Блок 3	Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания											
3.1	<p><i>Прочитайте отрывок из учебника М. М. Лукиной «Интернет-СМИ: теория и практика», впишите пропущенный текст:</i></p> <p>«Если Интернет-СМИ позиционируют себя как часть медиасистемы, то их следует описывать и анализировать, используя общепринятые в исследованиях СМИ научные методики. Так, все традиционные медийные каналы (пресса, телевидение, радиовещание) традиционно описывают с помощью формулы Ласуэлла по пяти главным классификационным признакам: канал, аудитория, коммуникатор, контент, эффекты. Однако, у Интернет-СМИ наряду с общими признаками обнаруживаются совершенно новые оригинальные свойства. К таким оригинальным признакам, которые отличают «новые» СМИ от «старых», относятся три родовых качества Интернета:</p> <p>1) _____;</p> <p>2) _____;</p> <p>3) _____.</p>	<p>1. Гипертекст. 2. Конвергентный контент (мультимедийность). 3. Интерактивность.</p>										

Блок 4	Вопросы открытого типа	
4.1	способ создания медиаконтента путем обработки (переписывания) исходных текстовых материалов с сохранением смысла в целях их дальнейшего использования – это ...	<i>реерайт</i>
4.2	Цифровая интеграция различных медийных платформ, типов СМИ	<i>конвергенция</i>
4.3	Качество издательской продукции определяется следующими элементами: качеством авторского оригинала, качеством редакционно-издательской деятельности и качеством полиграфического исполнения. Структура издания, его типографика, иллюстративный материал, справочный аппарат формируют результат редакционно-издательской деятельности в виде ...	<i>внутренней формы издания</i>
4.4	возможность двустороннего или многостороннего влияния друг на друга в реальном времени вне зависимости от территориального нахождения	<i>интерактивность</i>
4.5	способ автоматического измерения числа посещений Интернет-СМИ через идентификацию браузеров, их маркировку	<i>куки</i>
4.6	способ создания контента путем механического копирования чужих текстов из открытых источников при указании активной ссылки на их ресурс	<i>копипаст</i>
4.7	аудиофайл или серия аудиофайлов в цифровом формате, предназначенные для скачивания или рассылки с помощью технологии RSS	<i>подкаст</i>

**3. 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	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6
2	Определение авторства трктовок понятия «медиа»	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6
3	Характеристика черт СМИ	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6
4	Тенденции современной журнальной периодики во втором десятилетии XXI века	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6
5	Определить сегмент аудитории для печатных СМИ	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6
6	Тематическая модель издания	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6
7	Оценка качества иллюстраций для печатного СМИ и их соответствие миссии издания	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6
8	Модель внутренней структуры издания: выявление несоответствий	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6
9	Оценка проекта по запуску регионального периодического издания	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6

Материалы для выполнения практико-ориентированных заданий

Задание № 1. Типология коммуникаций
Соотнесите тип коммуникации с его определением.

Типы коммуникаций	Определение
1) Генетическая коммуникация	А) человек научается облекать свои мысли, чувства, желания в коммуникативную форму и становится коммуникантом и реципиентом осмысленных внешних сообщений, формируется в ходе духовного становления человека в социальной среде
2) Автокоммуникация	Б) обмен товарами между продавцами и покупателями в материальном пространстве и времени

3) Смысловая социальная коммуникация	В) перемещение <i>материальных</i> объектов в материальном хронотопе.
4) Материальная социальная коммуникация	Г) движение смыслов в психическом хронотопе, сотворенным воображением субъекта (воображение, бессознательное, сон)
5) Психогенная виртуальная коммуникация	Д) движение <i>идеальных</i> объектов (смыслов, образов) в общественном сознании
6) Торгово-рыночная коммуникация	Е) движение в биологическом пространстве и времени генотипов организмов с целью их воспроизводства (биосинтеза, репликации), закодированных при помощи нуклеиновых кислот

Задание № 2. Определение авторства трактовок понятия «медиа»
Соотнесите автора с данным им определением «медиа».

Автор	Определения, подходы
1) Маршалл Маклюэн	А) три уровня медиа: – средства коммуникации, которыми мы пользуемся, не прибегая к помощи каких-либо устройств: автоматически применяемые нами формы коммуникации; – предполагающие использование некоего посредника для коммуникации, специального устройства, распространяющего информацию; – интегрированные в одной технологической платформе медиа первого и второго уровней.
2) Е. Варганова	Б) любые внешние расширения человека, их назначение в адаптации и преобразовании человека в физическом и социокультурном пространствах
3) Клаус Брун Йенсен	В) средства осуществления коммуникации между различными группами, индивидуумами и (или) доставки любых содержательных продуктов аудитории

Задание № 3. Характеристика черт СМИ.

Приведите примеры из общественной практики функционирования СМИ раскрывающие черты СМИ.

Черта СМИ	Примеры
коллективное авторство и технологичность текста	
единая система идеологического воздействия	
массовость аудитории и индивидуальное получение текста	
неспособность получателя критически оценивать текст	
принудительность содержания	
подавление аудитории	
внекультурность	

Задание № 4. Тенденции современной журнальной периодики во втором десятилетие XXI века.

Из предложенных в задании тенденций журнальной периодики выберите, те которые характерны для втором десятилетие XXI века.

Задание № 5. Определить сегмент аудитории для печатных СМИ.

Для предложенных в задании названий журналов определите на какой сегмент аудитории они ориентируется

Задание № 6. Тематическая модель издания.

Оцените плюсы и минусы предложенных в задании двух тематических моделей издания. Обоснуйте свой выбор тематической модели, которая на Ваш взгляд имеет больше конкурентных преимуществ.

Задание № 7. Оценка качества иллюстраций для печатного СМИ и их соответствие миссии издания.

Оцените качество комплекта иллюстраций для статьи в журнале. Обоснуйте свою оценку с учетом сформулированной миссии издания.

Задание № 8. Модель внутренней структуры издания: выявление несоответствий.

На основе предложенных документов, закрепляющие организационную модель издания: устав, штатное расписание, должностные инструкции найдите несоответствия во внутренней структуре издания.

Задание № 9. Оценка проекта по запуску регионального периодического издания.

Оцените плюсы и минусы предложенного проекта по запуску регионального периодического издания.

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
2025/26	Протокол № <i>ДД.ММ.ГГГГ</i>		
2026/27	Протокол № <i>ДД.ММ.ГГГГ</i>		
2027/28	Протокол № <i>ДД.ММ.ГГГГ</i>		
2028/29	Протокол № <i>ДД.ММ.ГГГГ</i>		