

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)

**ФОНД**  
**ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**  
**ИМИДЖЕЛОГИЯ В МЕДИЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Составлен в соответствии с учебным планом КГУ и программой дисциплины  
для подготовки бакалавра по направлению подготовки  
42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность: Медиакоммуникации и социальные технологии

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома

2024

Разработал: Белякова Е.Н., заведующая кафедрой МКиТ, к.филол.н., доцент

Утверждено:

На заседании кафедры медиакоммуникаций и туризма.

Протокол заседания кафедры №2 от 17.10.2024г.

Заведующий кафедрой МКиТ

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент.

# 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

## 1.1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

**ПК-6** Способен подготовить материалы для выпуска программы (интервью, ток-шоу, круглые столы или теледебаты, выпуски новостей) и провести выпуск программы в соответствии с ее жанровыми требованиями и спецификой.

Индикаторы компетенции:

ПК-6.1. Осуществляет поиск, подбор будущих участников программы, выстраивает контакты с ними.

ПК-6.2. Обрабатывает/редактирует информацию, поступающую от ньюсмейкеров и корреспондентов.

ПК-6.3. Создает собственные материалы.

ПК-6.4. Осуществляет ведение программы (тематической рубрики, информационных лент ПК), проведение интервью, разносторонне используя коммуникативные навыки.

**ПК-7** Способен продвигать медиапроект и (или) медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.

Индикаторы компетенции:

ПК-7.1. Формирует рекомендации для создания промороликов.

ПК-7.2. Организует проведение рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга.

ПК-7.3. Определяет рекламную стратегию для продвижения конечного медиапродукта и (или) медиапроекта.

Критерий	Показатель	Наименование оценочного средства
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основы формирования имиджа как важного компонента медиадетальности;</li> <li>– основные слагаемые имиджа специалиста медиасферы;</li> <li>– основные технологии формирования имиджа;</li> <li>– основную терминологию;</li> <li>– актуальные проблемы общей имиджелогии.</li> </ul>	<p>Вопросы по темам/разделам дисциплины.</p> <p>Практические задания.</p> <p>Деловые игры</p>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать знания основ имиджелогии для формирования и поддержания своего профессионального имиджа и корпоративного имиджа медиа;</li> <li>– анализировать способы и методы создания имиджа в соответствии с поставленными профессиональными задачами;</li> <li>– создавать и корректировать</li> </ul>	<p>Вопросы по темам/разделам дисциплины.</p> <p>Практические задания.</p> <p>Деловые игры</p>

	профессиональный и личностный образы; – создавать медиапродукт и/или медиапроект в соответствии с профессиональным и личностным имиджем	
Владеть	– навыками формирования и корректирования имиджа специалиста медиасферы и имиджа медиапродукта; – навыками использования имиджа для продвижения медиапродукта и/или медиапроекта.	Вопросы по темам/разделам дисциплины. Практические задания. Деловые игры

## 1.2. Шкала оценивания сформированности компетенций

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине используется Шкала «зачтено-не зачтено».

Оценка «зачтено» ставится:

- если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности;

- если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

- если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям: в ходе контрольных мероприятий обучающийся показывает владение менее 50% приведенных показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Оценка «не зачтено» ставится, если обучающийся демонстрирует полное отсутствие или явную недостаточность (менее 25%) знаний, умений, навыков в соответствии с приведенными показателями.

## Шкала оценивания уровня знаний

Балл	Уровень освоения	Критерии оценивания уровня знаний
5	Максимальный уровень	Студент полно, правильно и логично ответил на теоретический вопрос. Показал понимание материала, отличные знания в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы.
4	Средний уровень	Студент ответил на теоретический вопрос с небольшими неточностями. Показал хорошие знания в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов.
3	Минимальный уровень	Студент ответил на теоретический вопрос с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено много неточностей.
2	Минимальный уровень не достигнут	При ответе на теоретический вопрос студент продемонстрировал недостаточный уровень знаний, материал изложен непоследовательно. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов.

### Шкала оценивания уровня умений

Балл	Уровень освоения	Критерии оценивания уровня умений
5	Максимальный уровень	Студент правильно выполнил практическое задание (правильно ответил на вопрос). Представил полный комментарий (развернутую аргументацию).
4	Средний уровень	Студент выполнил практическое задание, допустив незначительные погрешности, которые смог самостоятельно исправить. Смог прокомментировать (представить аргументацию) выбранное решение (способ действия)
3	Минимальный уровень	Студент в целом выполнил практическое задание, но допустил существенные неточности, не проявил умения правильно интерпретировать полученные результаты. Затрудняется в аргументации.
2	Минимальный уровень не достигнут	Студент не выполнил практическое задание, не способен пояснить полученный результат.

### Шкала оценивания уровня владения навыками

Балл	Уровень освоения	Критерии оценивания уровня владения навыками
5	Максимальный уровень	Практическое задание выполнено в полном объеме с использованием рациональных способов решения. Студент точно ответил на контрольные вопросы, свободно ориентируется в предложенном решении, может его модифицировать, при изменении условия задания.
4	Средний уровень	Практическое задание выполнено в полном объеме. Студент ответил на контрольные вопросы, испытывая небольшие затруднения.
3	Минимальный уровень	Практическое задание в целом выполнено. Студент не может полностью объяснить полученные результаты, путается в решении при изменении условия задания.
2	Минимальный уровень не достигнут	Практическое задание не выполнено. Студент не может объяснить полученные результаты.

#### Критерии оценивания проверочной (письменной) работы:

*Отлично:* правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

*Хорошо:* правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом.

*Удовлетворительно:* проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий. Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом.

*Неудовлетворительно:* проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий. Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом.

## 2. КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (примерный)

### 2.1. Вопросы по темам/разделам дисциплины (примерные)

Раздел/Тема	Индикаторы	Наименование оценочного средства	Типовые задания для проверки сформированности компетенции
Имидж ведущего медиапрограмм	ИПК-6.4. Осуществляет ведение	Ответы на теоретические	1. Раскройте структуру имиджа и основные

	<p>программы (тематической рубрики, информационных лент ПК), проведение интервью, разносторонне используя коммуникативные навыки.</p> <p>ИПК-7.3. Определяет рекламную стратегию для продвижения конечного медиапродукта и (или) медиапроекта.</p>	<p>вопросы. Практические задания (публичное сообщение с электронной презентацией, моделирование ситуации).</p>	<p>факторы, влияющие на формирование имиджа.</p> <p>2. Кто из представителей медиасферы имеет, на ваш взгляд, наиболее ярко-выраженный публичный имидж? (блиц-опрос)</p> <p>3. Охарактеризуйте имидж одного из ведущих медиапрограмм (по выбору студента), выявите особенности его восприятия (сообщение и презентация).</p> <p>4. Как, на ваш взгляд, имидж ведущего согласуется с имиджем канала/портала/программы? В чем это проявляется? Насколько имидж ведущего способствует /не способствует популяризации программы? Что бы вы изменили в имидже ведущего для более успешного продвижения программы на медиарынке? (моделирование ситуации)</p> <p>5. Назовите проблемы, связанные с оценкой персонального и корпоративного имиджа.</p>
<p><b>Создание стратегии имиджевой кампании</b></p>	<p>ИПК-6.1. Осуществляет поиск, подбор будущих участников программы, выстраивает контакты с ними.</p> <p>ИПК-7.1. Формирует рекомендации для создания промороликов.</p> <p>ИПК-7.2. Организует проведение рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга.</p>	<p>Ответы на теоретические вопросы. Практические задания.</p>	<p>- дайте определение и сформулируйте требования к составлению плана для имиджевой кампании,</p> <p>- сформулируйте, чем имиджевая кампания отличается от товарной рекламы? В чем ее основная задача?</p> <p>- дайте характеристику видам имиджевой рекламы: что из себя представляет брендинг и в чем его суть, что такое нативная интеграция и какую роль она играет, как работают и в каких форматах организуются профильные</p>

	ИПК-7.3. Определяет рекламную стратегию для продвижения конечного медиапродукта и (или) медиапроекта.		ивенты, каковы функции амбассадоров бренда, что такое сторителлинг и продакт-плейсмент? - сформулируйте идею имиджевой кампании для «раскрутки» нового фильма, медийной личности, медиапрограммы. Какие из перечисленных ранее видов имиджевой рекламы вы бы использовали?
--	---	--	---

## 2.2. Темы рефератов (примерные)

1. Инструментарий и средства формирования имиджа ведущего визуальных медиа.
2. Влияние стереотипов на восприятие образа медийной личности.
3. Имидж и самосознание личности.
4. Стратегии создания имиджа.
5. Имиджевая политика медиа (на конкретном примере).
6. Роль имиджа в современном обществе.
7. Имидж и манипулятивное поведение.
8. Социокультурные особенности восприятия имиджа медийной личности.
9. Диагностика и мониторинг имиджа.
10. Объект и субъект в работе над созданием персонального имиджа.

## 2.3. Темы устных выступлений (примерные)

1. Имидж представителя сферы медиа и имидж политика: основные отличия.
2. Основные ошибки восприятия и искажения, применимые к имиджеологии.
3. Что вы понимаете под положительным (привлекательным) и отрицательным (отталкивающим) имиджем? Перечислите техники создания положительного визуального образа?
4. Как связаны (и связаны ли) имидж и стиль?
5. Коммуникативные барьеры и их роль в процессе восприятия образов ведущих медиапрограмм.
6. Роль внешнего облика ведущего в формировании его имиджа.
7. Значение имиджа ведущего для деятельности медиа, которое он представляет.

## 2.4. Задания для проверочных работ (примерные)

1. Дайте определение понятий: имиджелогия, имидж, имиджирование, аттракция, персональный имидж, корпоративный имидж.
2. Опишите структуру имиджа личности и структуру корпоративного имиджа.
3. Опишите основные факторы, влияющие на формирование имиджа.
4. Требования к составлению плана для имиджевой кампании.
5. Дайте определение понятий: брендинг, нативная интеграция, профильные ивенты, амбассадоры бренда, сторителлинг, продакт-плейсмент.
6. Что включает в себя технология работы над образом.
7. Дайте определение понятия: имиджевая проективная методика.
8. Дайте определение понятия: методика личностной идентичности.
9. Дайте определение понятия: имиджевая трансформация.
10. Дайте определение понятия: методика имиджевой активизации.
11. Перечислите, какие факторы, влияют на эффективность имиджевой кампании.

## 2.5. Вопросы к зачету

1. Имиджирование как процесс создания имиджа. Основные подходы и технологии имиджирования.
2. Имидж как целенаправленно сформированный образ. Структура имиджа. Классификация имиджей.
3. Функции имиджа: ценностные и технологические.
4. Виды и функции имиджа в медиасфере. Способы имиджирования.
5. Структура личностного имиджа и эффекты его восприятия. Понятие я-концепции.
6. Создание вербального и кинетического имиджей. Визуальный имидж человека.
7. Проектирование имиджа. Имидж медийной личности.
8. Проектирование имиджа. Имидж лидера
9. Имидж ведущего медиапрограмм: социально-ролевые характеристики.
10. Понятие и структура корпоративного имиджа. Составляющие корпоративного имиджа.
11. Имидж медиа как образ, сформированный в общественном сознании.
12. Имидж медиапродукта/медиапроекта.
13. Создание стратегии имиджевой кампании и медиа. Факторы, влияющие на эффективность имиджевой кампании.
14. Виды имиджевой рекламы и медиа.
15. Политическая имиджелогия как научное направление. Политическое имиджирование и медиа.
16. Медиасопровождение предвыборной кампании.