

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»**

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ**

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: Елманов В.С., ст. преподаватель кафедры медиакоммуникаций и туризма.

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

1.1. Компетенции формируемые в процессе изучения дисциплины

ОПК – 1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Индикаторы компетенций:

ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиапроектов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Критерий	Показатель	Наименование оценочного средства
Знать	- нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем - отличительные особенности медиапроектов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Вопросы к практическим занятиям. Вопросы к зачету
Уметь	- создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем - выявлять отличительные особенности медиапроектов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Задания к практическим занятиям. Задания для самостоятельной работы
Владеть	навыками подготовки медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Задания к практическим занятиям. Задания для самостоятельной работы

ПК-1. Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой.

Индикаторы компетенций:

ПК-1.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой

ПК-1.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций

ПК-1.3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации со внешней средой.

Критерий	Показатель	Наименование оценочного средства
Знать	- основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	Вопросы к практическим занятиям. Вопросы к зачету
Уметь	координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	Задания к практическим занятиям. Задания для самостоятельной работы
Владеть	навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации со внешней средой	Задания к практическим занятиям. Задания для самостоятельной работы

1.2. Шкала оценивания сформированности компетенций

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине используется оценки «зачтено» и «не зачтено».

Шкала соотносится с целями дисциплины и предполагаемыми результатами ее освоения, то есть оценивается тот уровень освоения компетенций, который заявлен в рамках обучения по данной дисциплине.

Оценка «зачтено» ставится, если студент демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности или если студент демонстрирует частичное 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.

Оценка «не зачтено» ставится, если студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков, приведенным в таблицах показателям: в ходе контрольных мероприятий студент показывает владение менее 50% приведенных показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации, если студент демонстрирует полное отсутствие или явную недостаточность (менее 25%) знаний, умений, навыков в соответствии с приведенными показателями.

2. КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ПРИМЕРНЫЙ)

2.1 Вопросы по темам/разделам дисциплины (примерные)

Контролируемый раздел дисциплины	Код контрольной компетенции	Примерный перечень вопросов/заданий
Ключевые навыки медиаконвергенции	ОПК-1	<p>Знать: как осуществить универсальную профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой коммуникации (печать, ТВ, РВ, Интернет - СМИ, мобильные медиа), его конкретного типа, вида.</p> <p>Перечислить особенности производства мультимедийных информационных продуктов, возможности интерактивных карт и графиков (инфографики)</p> <p>Уметь: снимать, редактировать, оптимизировать и фрагментировать изображения для WEB, записывать, редактировать и сводить аудио для Сети, создавать слайд-шоу и звуковые слайд-шоу, работать с видеоматериалом;</p> <p>Принять участие в производственном процессе выпуска учебного медиапродукта;</p> <p>Владеть: разнообразными методами сбора информации (технологией интервью, наблюдения, работы с документами) их проверки, селекции и анализа; навыками использовать различные медийные средства и новейшие технологии для создания медиапродукта.</p>
Специализация в конвергентной редакции	ПК-1	<p>Знать: структуру работы конвергентной редакции, специфику новых «on-line» форматов и новых каналов доставки, сохранения, архивации, передачи и размещения в сети Интернет информации различного типа;</p> <p>Представить системные характеристики современных программ цифровой обработки текстового и аудиовизуального контента.</p> <p>Уметь: агрегатировать текстовой и аудиовизуальный контент на базе различных интернет-платформ;</p> <p>– сохранять и обрабатывать полученную информацию с помощью редакторов цифровой обработки.</p> <p>Владеть: навыками анализа работы информационной службы в конвергентной редакции.</p>
Профессиональные блоги	ПК-1	<p>Знать: основные мировые тенденции развития и новейшие медиаотрасли, (содержательные и технологические), понимать процессы медиаконвергенции.</p> <p>Уметь: использовать сетевые службы для создания интерактивных карт, вести и оптимизировать собственный профессиональный блог;</p>

		Владеть: организации интерактивного общения со своей аудиторией в разных формах, устанавливать коммуникативно-информационные связи, используя различные медийные средства и новейшие технологии.
--	--	--

2.2. Комплект комплексных заданий (примерных)

Вариант №1.

Зачетное тестовое задание для студентов очной формы обучения по дисциплине

Ф.И.О. студента _____

Группа _____

Дата зачета _____

Работа рассчитана на 30 минут. Прочитайте задание, заполните строки.

1. Интернет как платформа для конвергенции: сущность, противоречия развития.
2. Понятие конвергентной журналистики, причины ее сукцессии (развития и распространения).
3. Какие, на ваш взгляд, существуют стратегии поиска информации в Интернете у представителей массовой аудитории? Как они связаны с профессиональной культурой субъектов информационной деятельности?
4. Медиа постиндустриального общества: на пути к демассификации продукта.
5. Мобильные сервисы и мобильный контент: принципы эффективного построения.

Вариант №2.

Зачетное тестовое задание для студентов очной формы обучения по дисциплине

Ф.И.О. студента _____

Группа _____

Дата зачета _____

Работа рассчитана на 30 минут. Прочитайте задание, заполните строки.

1. Монетизация контента: перспективные современные модели.
2. Мультимедиа: определение и связь понятия с конвергентной журналистикой.
3. На примере конкретного медиа опишите технологию сканирования персональной информации и проведения опросов.
4. «Иная форма распространения массовой информации»: границы регулирования новых медиа.
5. Традиционные СМИ и новые медиа: конкуренция или сотрудничество?

2.3. Вопросы к зачету

- 1 Историко-культурные факторы и их влияние на формирование медиаконвергенции.
- 2 Концепции WEB 1 и WEB 2.0: отличия и воздействие на журналистику.
- 3 Зарубежные подходы к определению понятия «медиаконвергенция» (М. Маклюэн, Н. Негропonte, Г. Дженкинс, Г. Мейкл, М. Кастельс).
- 4 Отечественные подходы к определению понятия «медиаконвергенция» (Е.Л. Варганова, М. Луканина, А. Калмыков, В. Шеремет, О. Кашин).
- 5 Влияние медиаконвергенции на медиасферу в целом и на функционирование отдельного издания.

- 6 Объективные факторы появления конвергентных медиа.
- 7 Мультимедийные платформы как новые каналы для распространения медиапродукции.
- 8 Типологические характеристики современных медиа.
- 9 Особенности сетевых изданий, их отличия от традиционных медиа.
- 10 Организация работы в конвергентных редакциях, их сетевые стратегии. Примеры известных российских и зарубежных медиапредприятий, характеризующихся как конвергентные.
- 11 Проблемы проверки информации в условиях WEB 2.0.
- 12 Медиатекст в Интернете: структура, особенности.
- 13 Новые формы визуальной и аудиальной подачи информации.
- 14 Новые жанры в условиях медиаконвергенции.
- 15 Понятие аудитории, типология ролей пользователей Дж. Берноффа.
- 16 Изучаемые характеристики аудитории Интернет-медиа. Методы исследования аудитории в off-line и on-line режимах.
- 17 «Синергия» как парадигма и ее основные понятия; раскройте суть синергетического потенциала медиаконвергенции.
- 18 Определите объем понятия «интегрированные маркетинговые коммуникации».
- 19 Коммуникационная политика медиапредприятия в условиях медиаконвергенции. Раскройте взаимосвязь интегрированных маркетинговых коммуникаций с коммуникационной политикой медиапредприятия.
- 20 Профессиональные блоги.