

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 05.09.2024 17:16:00
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 1

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

Наименование кафедры

Утверждены
решением учебно-методической
комиссии по направлению
(специальности)

Протокол №5
от «15» мая 2024 г

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.О.33.03 «Теле- и радио- медиапроекты»

42.03.05 «Медиакоммуникации»

-
Медиапродюсирование и медиаменеджмент
бакалавриат

очная

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор(ы)–составитель(и):
К.пед.н.,доцент, доцент кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Юмашева И.А.

Руководитель образовательной программы:

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
2. Оценочные средства по дисциплине
 - 2.1 Текущий контроль
 - 2.2 Промежуточная аттестация
3. Описание системы оценивания, шкала оценивания
 - 3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля
 - 3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля
 - 3.3 Шкала перевода (для уровня подготовки бакалавриат и специалитет)

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине- перечень компетенций с указанием компонентов компетенций дисциплины, как отдельного элемента ОП

| <i>Код компетенции</i> | <i>Наименование компетенции</i> | <i>Код компонента освоения компетенции</i> | <i>Наименование компонента освоения компетенции</i> |
|------------------------|---|--|---|
| 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 | ОПК-1.1 | Способен выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ |
| | | ОПК-1.2 | Способен осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |

2. Оценочные средства по дисциплине

2.1 Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля

2.1.1 Устный опрос. Тематика для обсуждения по темам.

Тема 1. Роль и место телерадиовещания в системе современных СМИ. Функции телевидения и радио. Тенденции развития современных электронных СМИ.

1. Тенденции развития современных электронных СМИ Понятие системы СМИ.
2. Роль и место телевидения и радиовещания в системе современных СМИ
3. Специфика телевидения и радиовещания в системе СМИ
4. Социальные условия функционирования современных СМИ
5. Плюсы радиовещания (оперативность, удобство, активизация воображения)
6. Функции телевидения и радиовещания, их исторические трансформации
7. Ряд важнейших тенденций в развитии радио и телевидения
8. Радио и телевидение в конвергентной среде.

Тема 2. Типология современных телеканалов и радиостанций. Классификация ТВ и радиовещания. Федеральное, региональное и местное вещание.

1. Федеральное, региональное и местное вещание
2. Типы и форматы современного телевизионного и радиовещания
3. Классификация телевизионного и радиовещания
4. Особенности организации телевидения и радиовещания в России
5. Сочетание государственного и негосударственного вещания
6. Тематика программ государственного и коммерческого вещания
7. Организация вещательного дня, современные тенденции программирования

Тема 3. История развития отечественного телевидения и радиовещания. Современные телевизионные и радиотехнологии

1. Этапы развития отечественного радиовещания
2. Изобретение и развитие телевидения
3. История телевидения в России
4. Формирование нового типа вещания в условиях рынка
5. Трансформации телевидения и радио в условиях мультимедиа
6. Современные телевизионные и радио технологии

Тема 4. Значение культуры речи на радио и телевидении. Специфика языка в радио и телеэфире

1. Специфика языка телевидения и радио
2. Особенности радио речи (разговорность, образность, доступность, нацеленность на контакт с аудиторией)
3. Территориальные варианты языка: диалекты, городские региональные варианты
4. Социальные варианты языка: профессиональные жаргоны, возрастные жаргоны, просторечие, мужская и женская речь
5. Словари и нормативные справочники
6. Приемы речи - паузы, темп, тембр голоса, мелодика голоса, усиление и уменьшение силы звука, логические паузы
7. Информативная точность языка радио
8. Вербальные и невербальные средства информации

Тема 5. Жанровая система современной журналистики. Жанрообразующие признаки

1. Понятие жанра Жанрообразующие признаки
2. Причины «исчезновения» старых и появления новых жанров
3. Особенности жанровой системы электронных СМИ
4. Методика подготовки материалов в разных жанровых формах для телевизионного и радио эфира

Тема 6. Понятие аудитории, специфика аудитории телевидения и радио. Методы воздействия на аудиторию. Участие аудитории в производстве контента.

1. Участие аудитории в производстве контента
2. Понятие аудитории, специфика аудитории телевидения и радио
3. Структура и типы аудитории
4. Изучение мнений аудитории по актуальным проблемам современности
5. Участие аудитории в производстве аудиоконтента
6. Методы изучения аудитории: опросы (анкеты, интервью, интервью по анкете), наблюдение, анализ документов, эксперимент
7. Умение общаться со зрителями и слушателями
8. Участие журналистов в проведении интерактивных опросов, дискуссий, сеансов прямой телефонной связи, ток-шоу и т.д. Акции, конкурсы, викторины, игры со слушателями
9. Изучение рейтинга телеканалов и радиостанций, популярности журналистов, передач, программ

Тема 7. Редактирование материалов в электронных СМИ. Роль редактора в эфирном творческом процессе

1. Профессия редактор как одна из редких профессий
2. Творческие и организаторские качества телевизионного и радио редактора
3. Виды и методика редакторской правки журналистских текстов
4. Особенности редактирования телевизионных материалов
5. Специфика редактирования радио материалов
6. Этапы работы редактора над передачей Новые направления в редактировании телевизионных и радиоматериалов.

Тема 8. Ведущий как коммуникатор

1. Условия эффективного речевого воздействия
2. Эффективность коммуникации телеведущего и запросы аудитории
3. Три принципа самопредъявления коммуникатора ведущего
4. Классификация ключевых компетенций теле- и радио ведущего
5. Главные составляющие характеристики личности ведущего телевидения и радио
6. Барьеры в коммуникации ведущего Навыки общения и способы их приобретения

2.1.2 Устный опрос. Вопросы для фронтального опроса

1. Проектная деятельность: общее представление.
2. Этапы проектной деятельности.
3. Виды, признаки медиапроекта.
4. Жизненный цикл медиапроекта.
5. Медиапроект как работа с «человеческим фактором».
6. Заинтересованные группы медиапроекта: учредители, рекламодатели, власть, потребители, проектная команда (проектировщики и исполнители).

7. Работа с ожиданиями, предоставление быстрого результата.
8. Правила ведения коммуникаций и энергетика медиапроекта
9. Медийный проект как объект журналистской практики
10. Изучение конкурентов на федеральном уровне и локальном рынке.
11. Секрет успешности медиапроектов.
12. Особенности проектной деятельности в области публичных отношений
13. Формирование команды. Цели проекта, система постановки целей по методике SMART, дерево целей. Участники проекта.
14. Роли в проекте: формальные, неформальные.
15. Ответственность участников команды (методика RACI), правила разработки матрицы ответственности
16. Этапы медиапроектирования.
17. Создание команды проекта.
18. Методы генерации идей.
19. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ).
20. Методы: проб и ошибок, методы организации групповой работы
21. Позиционирование медиапродукта
22. Идея проекта и ее внедрение
23. Риски проекта. Понятие рисков, причины и последствия
24. Классификация рисков, управление рисками: этапы, ошибки, оценка, преодоление.
25. Стратегии реагирования на риск.
26. Изучение потребностей целевой аудитории.
27. Современные формы медиапотребления.
28. Разработка модели СМИ, ориентированной на ЦА.

8.1.3 Доклады по вопросам для текущего контроля

1. Определение контекста клиента и заказчика, работа с контекстуальным содержанием.
2. Работа с образом деятельности клиента, управление изменениями.
3. Основы коммуникации в продюсировании, достижение результата.
4. Работа с текущей ситуацией, адаптирование проекта под запросы аудитории, клиента, заказчика.
5. Разница в практических продюсерских подходах: страновой контекст.
6. Роль клиента и заказчика в продюсерском проекте
7. Основные компетенции продюсера и способы их совершенствования
8. Структура медиапроектной заявки.
9. «Где?» Исследование поля битвы.
10. «Что?» Уникальность проекта.
11. «Когда?» Сроки проекта (начало-финал).
12. «Зачем?» Постановка цели.
13. «Как?» Сценарий проекта.
14. «А если?» Анализ рисков.
15. «Сколько?» Бюджет проекта.
16. «А хватит?» Ограничения проекта.
17. «Кто?» Проектная команда.
18. «Кто, откуда, насколько?» Отграничения от других замыслов.
19. Специфичная для проекта организация
20. Великие продюсеры: их история и лучшие проекты
21. Отличия в продюсировании в различных экономических системах
22. Формула аудитории.
23. Место медиапродукта в информационно-приватизационных войнах.
24. Продукт, который продает себя сам.
25. Поиск ниши и позиционирование.
26. Цена и распространение.
27. PRO-движение медиапродукта
28. Аудиовизуальное продюсирование: основные характеристики деятельности
29. Современные медиатехнологии в продюсерской деятельности.
30. Использование VR и AR-составляющей в современном продюсировании.

31. Стриминговые системы как ключевой инструмент продвижения медиаконтента.
32. Целеполагание в продюсерской деятельности.
33. Аудитория как типичный носитель массового сознания
34. Виды аудитории (расчетная (целевая), реальная и потенциальная) и журналистская деятельность
35. Проблема достижения взаимопонимания реакций и читателей, слушателей, зрителей
36. Отток внимания аудитории от солидной прессы к развлекательной – причины и следствия
37. Парадигмы журналистского творчества и модели взаимоотношения с аудиторией
38. Обратная связь с аудиторией как форма общественного участия в производстве и потреблении журналистской информации
39. Методология исследования аудитории
40. Ведение дневников наблюдения как метод изучения аудитории – плюсы и минусы
41. Настоящее и будущее аудиметрических исследований аудитории
42. Современные методы исследования телесмотрения
43. Кризисы внимания у аудитории и способы их преодоления
44. Интерактивность как новое направление теле- и радиовещания
45. Развитие диалоговой коммуникации как способ социальной интеграции общества

2.1.4 Проектные задания по вопросам для текущего контроля

Студенту необходимо выполнить проектное задание в течение изучения дисциплины и провести публичную презентацию результатов в рамках практических занятий. Задание выполняется под кураторством преподавателя.

Задание 1. Проанализировать риски и ограничения авторского медиапроекта. Определить и описать технологии бюджетирования проекта. Создать организационную структуру авторского медиапроекта. Смоделировать продвижение и распространение медиапродукта. Запустить пилотную версию авторского медиапроекта. Обосновать эффективность авторского медиапроекта. Подготовить презентационную защиту авторского медиапроекта.

Задание 2. Разработка базы идей медиaproектов.

Задание 3. Разработка и обоснование плана авторского медиапроекта.

Задание 4. Анализ и идентификация возможных рисков авторского медиапроекта.

Задание 5. Планирование этапов и процедур реализации медиапроекта.

2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Редактирование журналистских материалов как область творческой деятельности
2. Многофункциональность деятельности редактора в новостном эфирном формате
3. Этапы и технологические приемы работы редактора в жанрах эфирной художественной публицистики
4. Специфика редакторской работы в ток-шоу
5. Технология редактирования разговорных теле-и радиoproграмм
6. Методика редактирования журналистских эфирных материалов в аналитических жанрах
7. Редакторский анализ и правка текста эфирных материалов
8. Особенности редакторской работы с композицией эфирных журналистских материалов

9. Методика редактирования литературного сценария теле- и радиопрограмм
10. Участие редактора в подготовке прямых эфиров теле- и радиопрограмм
11. Уровни структуры образа телеведущего: характеристика и практическая реализация
12. Экранный образ и профессиональное поведение телеведущего
13. Стереотипизированность как ключевое свойство имиджа
14. Ценностная и технологическая категория как две категории функций имиджа
15. Имидж как особый тип коммуникации, достигающий социальных целей
16. Стандартная модель имиджа. Прошлое и настоящее
17. Харизматичность личности и современные критерии оценки составляющих имиджа

телеведущего

18. Особенность речи телеведущего как средства коммуникации
19. Имидж телеведущего как способ воздействия на аудиторию
20. Профессиональная культура телеведущего
21. Имиджмейкер и создание образа ведущего
22. Этапы и основные направления создания имиджа ведущего на телевидении и радио
23. Особенности имиджевой режиссуры
24. Субъективность оценки образа ведущего аудиторией
25. Методика поддержания образа ведущего
26. Вербальное и невербальное управление впечатлением в работе ведущего

Возможность изменения образа радио и телеведущего

2.2.2 Практические задания для экзамена

Студенту необходимо выполнить экзаменационное задание в течение изучения дисциплины и провести публичную презентацию результатов в рамках практических занятий. Экзаменационное задание выполняется на основе проектного задания по дисциплине с использованием аудио и видео материалов разработанного авторского медиапроекта..

Задание для студентов на экзамен: Разработать тематику и содержание видеоконтента. Сформировать сценарный и медиаплан. Провести съемку, монтаж и озвучание видео. Смонтировать видеоконтент. Представить реализованный видеоконтент.

3. Описание системы оценивания, шкала оценивания

3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля.

| Перечень оценочных средств для текущего контроля | Показатели и критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО) |
|--|---|
| Устный опрос | Соответствие ответа вопросу, полнота информации в ответе. |
| Защита проектов | Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии |
| Доклад | <ul style="list-style-type: none"> • актуальность проблемы и темы • полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы • умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал грамотность и культура изложения |
| Экзамен | Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров |

3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля

| Компонент компетенции (с указанием кода) | Индикаторы достижения компетенций | Критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО) |
|--|---|--|
| ОПК-5.1: Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях | Студент способен создавать медиапродукты с учетом политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях | Студент мотивированно и грамотно создает медиапродукты с учетом политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. |
| ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | Студент способен проводить анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | Студент самостоятельно анализирует ситуацию, управленческие решения, актуальность тем для материалов с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. |

3.3 Шкала перевода баллов по дисциплинам с оценкой (экзамен или дифференцированный зачёт) для уровней образования бакалавриата и специалитета по очной форме обучения.

Согласно приказу №306 от 06.09.2019г «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся» в институте установлена следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

| Количество баллов | Экзаменационная оценка | |
|--------------------------|-------------------------------|---------------|
| | прописью | буквой |
| 96 – 100 | отлично | А |
| 86-95 | отлично | В |
| 71 – 85 | хорошо | С |
| 61 – 70 | хорошо | Д |
| 51 – 60 | удовлетворительно | Е |
| 0 – 50 | неудовлетворительно | ЕХ |