

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.16 «Введение в профессию»

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1	Способен применять совокупность принципов, методов и технологий управления временем
		УК-6.2	Способен реализовать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

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. Коммуникация как способ передачи информации и взаимодействия людей

1. Понятие коммуникации. Коммуникация как передача информации и как взаимодействие.
2. Языковая и неязыковая составляющие коммуникации.
3. Коммуникативная деятельность. Акт коммуникативной деятельности, его структура.
4. Человек как «узел пересечения» (М. Шелер) коммуникативных потоков.
5. Специфика коммуникативного пространства современной России.

Тема 2. Коммуникативная компетентность современного медиаспециалиста

1. Понятие профессиональных и универсальных компетенций.
2. Профессиональные стандарты. Структура компетентности современного медиаспециалиста.
3. Понятие и содержание коммуникативной компетентности современного медиаспециалиста.
4. Требования современных работодателей к коммуникативной компетентности современного медиаспециалиста.

Тема 3. Научные основы теории коммуникации

1. Социально-философские, информационные, семиотические, лингвистические основы изучения коммуникации. Признаки коммуникации.
2. Структурные элементы процесса коммуникации.
3. Уровни коммуникации: межличностный, групповой, массовый, межкультурный.
4. Сферы коммуникации: обиходно-бытовая, профессионально-деловая, научная, массово-информативная и художественно-творческая.

Тема 4. История коммуникаций Древнего мира и периода Средневековья

1. Коммуникации Древнего мира. Отражение социальных коммуникаций в Ветхом и Новом Завете.
2. Технологии информирования, популяризации, убеждения и рекламы Древнего мира.
3. Особенности коммуникативных процессов средневековой цивилизации. Технологии формирования позитивного имиджа средневековой элиты. Особенности символической коммуникации.
4. Вклад в теорию и практику управления коммуникациями выдающихся мыслителей Древней Греции и Рима: Сократа, Платона, Аристотеля, Цицерона.
5. Софисты и их значение для теории коммуникаций. Роль ораторского искусства в Греции и Риме.

Тема 5. История коммуникаций Нового времени

1. Коммуникации в Западной Европе XVII -XIX вв.
2. Вклад в общественные коммуникации и формирование современной концепции PR просветителей XVII-XVIII века.
3. Формирование нового коммуникационного пространства в Западной Европе.
4. Развитие средств письменной коммуникации. Особенности политической коммуникации Франции времен Великой французской революции.
5. Институционализация деятельности в сфере связей с общественностью в США конца XVIII – XIX века.
6. Влияние политических событий американской борьбы за независимость на формирование приемов и методов связей с общественностью.
7. Политические и социальные коммуникации в период «войн и революций». Появление пресс-агентств и «этап публицити».

Тема 6. Виды коммуникации

1. Вербальная коммуникация как деятельность и как продукт.

2. Невербальная коммуникация. Невербальные языки (язык тела, паралингвистические средства и др.).
3. Принципы коммуникации в проекции на вербальную коммуникацию: принцип сотрудничества; принцип вежливости.
4. Прямая и опосредованная коммуникация. Формальная и неформальная коммуникация.
5. Социальная коммуникация. Политическая коммуникация. Публичная коммуникация.
6. Межличностная, групповая, массовая коммуникация.

Тема 7. Каналы коммуникации

1. Каналы коммуникации. Традиционные и новые каналы коммуникации.
2. Современная динамика использования разных каналов коммуникации.
3. Временной ресурс коммуникации. Интернет. Социальные сети. Персонализация каналов.
4. Аудитории коммуникации, их виды, особенности, соответствующие им каналы коммуникации.

Тема 8. Современные медиа как коммуникация

1. История медиа как история одного из видов социальной коммуникации.
2. Протомедиа как коммуникационная система.
3. Публичные коммуникации в урбанистической культуре античности.
4. Публичные коммуникации в «символической вселенной» средневековья.
5. Русская традиция публичной/общественной коммуникации.
6. Специфика становления медиакоммуникаций в советское время.
7. Трансформация современных медиакоммуникаций. Возникновение и развитие новых форм.

Тема 9. Специфика профессиональной деятельности в медиа

1. Профессии в современном медиапространстве.
2. Организационная структура медиа деятельности.
3. Деятельность в области медийных коммуникаций в современном мире: объём, принципы, тенденции.
4. Принципы профессиональной деятельности. Этические и правовые требования.
5. Понятие медиа рынка. Акторы медиа рынка, схемы их взаимодействия. Объём и тенденции современного медиа рынка

Тема 10. Развитие медиакоммуникаций в России и мире.

1. Отличие европейской теории медиа от американской.
2. Французский «стеклянный дом». Стратегия доверия Ф. А. Буари.
3. Ведущие европейские школы медиа в Европе. Э. Бернейз, А. Ледбеттер Ли, А. Пейдж и их вклад в теорию и практику медиа. Расцвет массмедиа в США.
4. Становление массмедиа в России. Приемы и методы массмедиа в истории России.
5. Первые массмедиа.
6. Продвижение «русского Круппа» в XIX веке.
7. Социалистический реализм как отечественный медийный эксклюзив. Современные тенденции развития массмедиа.

2.1.2 Устный опрос. Вопросы для фронтального опроса

1. Основные этапы формирования и развития средств медиакоммуникации в обществе.
2. Модели коммуникации и проблема перехода от монологических к диалогическим коммуникативным системам.
3. Медиакоммуникация как обобщение культурных опытов человечества.
4. Понятие массовой аудитории.
5. Основные характерные черты массовой аудитории.
6. Виды и типы медиакоммуникации.
7. Основные факторы, определяющие потребность общества в медиакоммуникации.
8. Признаки массовых информационных процессов
9. Понятие информационной культуры личности
10. Социальное предназначение массово-коммуникационной деятельности
11. Информационный продукт массовой коммуникации
12. Этапы творческой работы: разработка плана, сбор и обработка фактического материала
13. Формы диалога в рекламе и PR.
14. Система средств массовой информации как составная часть системы средств массовой коммуникации
15. Эффективность средств массовой коммуникации
16. Возрастание роли масс-медиа в жизнедеятельности общества.
17. Направленность массмедиа на удовлетворение информационных потребностей и интересов аудитории.
18. Коммуникационный менеджмент.
19. Технологии управления массовой коммуникацией.
20. Теоретические и прикладные модели коммуникаций в медиасреде.
21. Основные коммуникационные специальности: трудовые функции, компетенции и перспективы карьерного роста.

22. Понятие целевой аудитории. Основные схемы коммуникации. Ключевые фигуры в теории и практике коммуникации.
23. Понятие медиатизации. Понятие и виды медиатизированных коммуникаций.
24. Коммуникационные специальности в государственных структурах, в медиа и креативной индустрии.
25. Коммуникационные специальности в структуре профессиональных стандартов.
26. Мониторинг и анализ профессиональных стандартов.
27. Профессиональные требования к специалистам коммуникационных специальностей.

2.1.3 Доклады по вопросам для текущего контроля

1. Коммуникация как передача информации и как взаимодействие.
2. Языковая и неязыковая составляющие коммуникации.
3. Коммуникативная деятельность.
4. Акт коммуникативной деятельности, его структура.
5. Человек как «узел пересечения» (М. Шелер) коммуникативных потоков.
6. Специфика коммуникативного пространства современной России.
7. Развитие коммуникативных компетенций специалиста в сфере медиа как важнейшая задача высшего образования
8. Коммуникации Древнего мира.
9. Отражение социальных коммуникаций в Ветхом и Новом Завете.
10. Технологии информирования, популяризации, убеждения и рекламы Древнего мира.
11. Особенности коммуникативных процессов средневековой цивилизации.
12. Технологии формирования позитивного имиджа средневековой элиты.
13. Особенности символической коммуникации.
14. Специфика современных онлайн медиа
15. Временной ресурс коммуникации. Персонализация каналов.
16. Интернет. Социальные сети.
17. Мониторинг популярных специальностей в сфере коммуникаций и смежных отраслях.
18. Выявление и отслеживание трендов, анализ сервисов по подбору вакансий. тенденции развития профессий
19. Современное состояние коммуникационной отрасли
20. Коммуникационное агентство.
21. Мониторинг и анализ деятельности профессиональных коммуникационных агентств.
22. Профессиональные сообщества и ассоциации в сфере коммуникаций, их мониторинг и анализ.
23. Индустриальные мероприятия в коммуникационной сфере
24. Коммуникативная деятельность и коммуникативное пространство.
25. Ключевые тенденции в современных коммуникациях.
26. Статус и функционал продюсера.
27. Классификация продюсеров и стилей продюсерского управления.
28. Анализ черт личности продюсера.
29. Формулирование целей профессиональной деятельности.
30. Изучение современных технологий продюсирования.
31. Этапы и виды продюсирования.
32. Основные продюсерские профессии

2.1.4 Проектные задания по вопросам для текущего контроля

Студент выполняет комплект проектных заданий в течение изучения дисциплины и проводит публичную презентацию результатов в рамках практических занятий.

- Задание 1. Составление карты компетенций современного специалиста в сфере медиакоммуникаций.
- Задание 2. Отработка коммуникационных приемов и навыков публичного выступления (паузы, смысловые ударения, побочная или вводная информация, темп чтения).
- Задание 3. Отработка коммуникационных приемов и навыков письменной речи.
- Задание 4. Отработка онлайн коммуникаций: ведение персонализации коммуникации в онлайн пространстве.
- Задание 5. Разработка видеопрокта «Специфика профессиональной деятельности в области рекламы и PR»

2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Социально-философские, информационные, семиотические, лингвистические основы изучения коммуникации. Признаки коммуникации.
2. Структурные элементы процесса коммуникации.
3. Уровни коммуникации: межличностный, групповой, массовый, межкультурный.
4. Каналы коммуникации.
5. Традиционные и новые каналы коммуникации.
6. Современная динамика использования разных каналов коммуникации.
7. Временной ресурс коммуникации.
8. Интернет. Социальные сети.
9. Персонализация каналов медиакommunikации.
10. Аудитории коммуникации, их виды, особенности, соответствующие им каналы коммуникации.
11. История медиа как история одного из видов социальной коммуникации.
12. Специфика становления медиакommunikаций в советское время.
13. Трансформация современных медиакommunikаций.
14. Возникновение и развитие новых форм медиа.
15. Профессии в современном медиакommunikационном пространстве.
16. Организационная структура медиа деятельности.
17. Принципы профессиональной деятельности.
18. Этические и правовые требования.
19. Понятие медиа рынка, тенденции развития.
20. Акторы медиа рынка, схемы их взаимодействия.
21. Объем и тенденции современного медиа рынка

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)
Доклад	1) соблюдение регламента (20 мин.); 2) характер источников (более трех источников); 3) подача материала (презентация); 4) ответы на вопросы (владение материалом).
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии
Устный опрос	Корректность и полнота ответов
Зачет	Проводится по билетам. Каждый билет содержит 2 вопроса.

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)
УК-6.1: Применяет совокупность принципов, методов и технологий управления временем	Студент обосновывает, формулирует траекторию личностного и профессионального роста, применяя совокупность принципов, методов и технологий управления временем	Студент самостоятельно обосновывает, формулирует траекторию личностного и профессионального роста, применяя совокупность принципов, методов и технологий управления временем
УК-6.2: Реализует траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Студент формулирует и реализует траекторию саморазвития на основе принципов образования в	Студент эффективно и обоснованно формулирует и реализует траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

	течение всей жизни	
--	--------------------	--

3.3 Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета. Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/ «не зачтено»:

от 0 до 50 баллов	«не зачтено»
от 51 до 100 баллов	«зачтено»