

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.10.2025 14:58:58
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 20	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Личный бренд: технологии формирования и продвижения

Направление подготовки (специальность)

42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль)

**Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в
сфере массовой коммуникации**

Присваиваемая квалификация
магистр

Форма обучения
очная

Челябинск 2025 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень формируемых компетенций:
 - 2.1. компетенции, закрепленные за дисциплиной.
3. Содержание оценочных средств по дисциплине:
 - 3.1. виды оценочных средств;
 - 3.2. содержание оценочных средств.
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации:
 - 4.1. порядок проведения промежуточной аттестации;
 - 4.2. критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств;
 - 4.3. результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *42.04.02 Журналистика*

Направленность (профиль) *Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации*

Дисциплина: *Личный бренд: технологии формирования и продвижения*

Семестр (семестры) изучения: *3*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «*Личный бренд: технологии формирования и продвижения*» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-4	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Знать Для достижения УК-3.1.: Знать принципы командной стратегии для достижения поставленной цели. Уметь Для достижения УК-3.1.: Уметь разрабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели. Владеть Для достижения УК-3.1.: Владеть навыками применения командной стратегии для достижения поставленной цели. Знать Для достижения УК-3.2.: Знать принципы организации и руководства работы команды. Уметь



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>Для достижения УК-3.2.: Уметь применять принципы организации и руководства работы команды. Владеть</p> <p>Для достижения УК-3.2.: Владеть практическим опытом организации и руководства работы команды.</p> <p>Знать Для достижения УК-3.3.: Знать показатели результативности работы команды и личных действий в ней. Уметь Для достижения УК-3.3.: Уметь демонстрировать понимание результатов работы команды и личных действий в ней. Владеть</p> <p>Для достижения УК-3.3.: Владеть навыками анализа результативности работы команды и личных действий в ней.</p>
ПК-4	Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс	<p>Для достижения ПК-4.1:</p> <p>Знать принципы постановки профессиональных задач журналистам</p> <p>Уметь ставить профессиональные задачи журналистам</p> <p>Владеть опытом постановки профессиональных задач журналистам</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>Для достижения ПК-4.2:</p> <p>Знать принципы соблюдения профессиональных этических норм на всех этапах работы журналиста</p> <p>Уметь выверять соблюдение профессиональных этических норм на всех этапах работы журналиста</p> <p>Владеть практическим опытом проверки соблюдения профессиональных этических норм на всех этапах работы журналиста</p>
--	--	---

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Теоретические основы брендинга. Практические аспекты личного бренда	Доклад	Творческое задание



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

3	ПК-4: Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс			
---	---	--	--	--

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

Тема доклада: Комплексный анализ личного бренда

Задание для студентов:

Выберите публичную личность (предприниматель, блогер, медийное лицо) и проведите комплексный анализ ее личного бренда. Подготовьте презентацию и устный доклад на 10-15 минут.

План анализа:

1. Выбор объекта и обоснование

- Критерии выбора персоналии
- Актуальность и значимость бренда



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- Источники информации для анализа

2. Анализ целевой аудитории

- Демографические характеристики
- Психологические особенности
- Потребности и ожидания аудитории

3. Анализ позиционирования

- Уникальное торговое предложение (УТП)
- Ключевые сообщения и нарративы
- Отличие от конкурентов

4. Визуальная идентичность

- Логотип и фирменный стиль
- Цветовая палитра и типографика
- Визуальный контент (фото, видео)

5. Коммуникационная стратегия

- Каналы продвижения
- Частота и тон коммуникации
- Вовлечение аудитории

6. Контент-стратегия

- Темы и форматы контента
- Полезность и уникальность
- Консистентность публикаций



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

7. Измеримые показатели

- Количественные метрики
- Качественные показатели
- Эффективность бренда

8. Проблемы и возможности

- Сильные и слабые стороны
- Угрозы и возможности развития
- Рекомендации по улучшению

Пример выполнения:

Анализ личного бренда Алены Водонаевой

1. Выбор объекта:

Алена Водонаева — российская телеведущая, блогер, основатель бренда нижнего белья. Выбор обусловлен успешной трансформацией из медийной личности в предпринимателя.

2. Целевая аудитория:

- Женщины 25-40 лет
- Активные пользователи Instagram
- Интересующиеся модой, красотой, саморазвитием



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

3. Позиционирование:

УТП: "Успешная женщина, построившая карьеру своими силами"

Ключевые сообщения: независимость, женственность, предпринимательство

4. Визуальная идентичность:

- Преобладание пастельных тонов
- Единый стиль фотографий
- Узнаваемый фирменный стиль бренда белья

5. Коммуникационная стратегия:

Основные каналы:

- Instagram (2.3 млн подписчиков)
- Telegram-канал
- Участие в телепроектах

6. Контент-стратегия:

Темы:

- Личная жизнь и материнство
- Бизнес и предпринимательство
- Мода и стиль
- Социальные вопросы

7. Измеримые показатели:

- Ежемесячный охват: 5-7 млн пользователей
- ER: 4.2%
- Рост продаж бренда на 15% в квартал



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

8. Проблемы и рекомендации:

Проблемы:

- Слишком персонализированный бренд
- Зависимость от одной платформы

Рекомендации:

- Диверсификация каналов продвижения
- Развитие командного брендинга
- Создание образовательного контента

Требования к оформлению:

1. Презентация:

- 12-15 слайдов
- Единый визуальный стиль
- Графики и диаграммы

2. Устный доклад:

- 10-15 минут
- Практические примеры
- Ответы на вопросы

3. Раздаточные материалы:

- Ключевые выводы
- Методика анализа
- Источники данных



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Срок выполнения: 2 недели

Рекомендуемые инструменты:

- SWOT-анализ
- Анализ стейкхолдеров
- Карта эмпатии
- Customer journey map

Данный анализ поможет понять механизмы построения успешного личного бренда и применить эти знания в профессиональной деятельности.

ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ: ПРОЕКТ БРЕНДИРОВАНИЯ СВОЕЙ ПЕРСОНЫ

Цель задания:

Разработать комплексную стратегию персонального брендинга, включая позиционирование, визуальную идентичность и план продвижения.

Структура проекта:

1. АНАЛИТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Самодиагностика

- Сильные и слабые стороны
- Профессиональные компетенции
- Личностные качества
- Карьерные цели



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1.2. Анализ целевой аудитории

- Кто ваши "потребители" (работодатели, клиенты, коллеги)
- Их потребности и ожидания
- Где их искать

1.3. Анализ конкурентов

- 3-5 человек с похожими профессиональными качествами
- Их сильные стороны
- Возможности для дифференциации

2. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. Позиционирование

- Уникальное ценностное предложение
- Ключевые сообщения
- Профессиональная ниша

2.2. Цели бренда

- Краткосрочные (6 месяцев)
- Долгосрочные (2-3 года)
- Критерии успеха

3. ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ

3.1. Фирменный стиль

- Цветовая палитра
- Шрифты
- Фотостиль

3.2. Носители идентичности

- Резюме и портфолио
- Социальные сети
- Деловые аксессуары



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

4. КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ

4.1. Онлайн-присутствие

- Выбор платформ
- Контент-план
- Частота публикаций

4.2. Офлайн-активности

- Профессиональные мероприятия
- Нетворкинг
- Публичные выступления

5. ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ

5.1. Дорожная карта

- Поэтапный план на 6 месяцев
- Ключевые действия
- Ресурсы и бюджет

5.2. Метрики успеха

- Количественные показатели
- Качественные изменения
- Регулярность оценки

Пример выполнения:

ПРОЕКТ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА "МАРИЯ ИВАНОВА - ЭКСПЕРТ ПО ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ"



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 14 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. АНАЛИТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Самодиагностика:

- Сильные стороны: аналитическое мышление, опыт в SMM, знание английского
- Слабые стороны: отсутствие публичных выступлений, мало кейсов

1.2. Целевая аудитория:

- IT-компании Москвы
- Маркетинговые агентства
- Стартапы на стадии роста

1.3. Конкуренты:

- Известные маркетологи с личными блогами
- Преподаватели профильных курсов

2. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. Позиционирование:

УТП: "Помогаю tech-компаниям увеличить конверсию с помощью data-driven маркетинга"

2.2. Цели:

- За 6 месяцев: провести 3 публичных выступления
- За 2 года: стать спикером на профильной конференции

3. ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ

3.1. Фирменный стиль:

- Цвета: синий (#1A5276) + оранжевый (#E67E22)
- Шрифты: Roboto для текста, Playfair Display для заголовков

3.2. Носители:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 15 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- LinkedIn профиль в фирменных цветах
- Презентация кейсов в едином стиле

4. КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ

4.1. Онлайн:

- LinkedIn: 3 поста в неделю
- Telegram-канал: анализ кейсов 2 раза в месяц
- Хабрахабр: 1 статья в месяц

4.2. Офлайн:

- Посещение 1 отраслевого мероприятия в месяц
- Участие в митапах как спикер

5. ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ

5.1. Дорожная карта:

- Месяц 1: обновить LinkedIn и портфолио
- Месяц 2-3: запустить регулярный контент
- Месяц 4-6: первые публичные выступления

5.2. Метрики:

- Рост подключений в LinkedIn на 50%
- 1000 подписчиков в Telegram
- 3 приглашения выступить

Формат представления:

1. **Презентация** (15-20 слайдов)
2. **Портфолио** (примеры визуальных материалов)
3. **План реализации** (таблица с сроками и ответственными)

Срок выполнения: 3 недели



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 16 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Проект должен демонстрировать осознанный подход к построению профессиональной репутации и практические навыки самопрезентации.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачет по дисциплине в 3 семестре выставляется по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость, результаты устного опроса) и ответам творческого задания.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания

Зачтено Отлично	Зачтено Хорошо	Зачтено Удовлетворительно	Не зачтено Неудовлетворительно
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
Задание выполнено в полном объеме; не содержит ошибок.	Задание выполнено в полном объеме; содержит 2–3 негрубые ошибки.	Задание выполнено не в полном объеме ИЛИ содержит грубые ошибки.	Задание выполнено в полном объеме; содержит большое количество ошибок.

4.2.2 Критерии оценивания творческого задания к экзамену

Зачтено	Зачтено	Зачтено	Не зачтено
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
Продемонстрирован высокий уровень владения терминологией по курсу. Полностью	Продемонстрирован хороший (выше среднего) уровень владения терминологией по курсу.	Продемонстрирован средний уровень владения терминологией по курсу. Дан ответ на	Продемонстрирован низкий уровень владения терминологией по курсу. Не дан ответ на



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 17 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

освещены теоретические вопросы, предложенные в творческом задании: названы и раскрыты основные понятия; проанализированы существующие подходы к рассматриваемой проблеме; приведены и проанализированы основные классификации рассматриваемого материала; подтверждены основные теоретические положения практическим материалом.	Дан ответ на теоретические вопросы, предложенные в творческом задании, недостаточно полно; не раскрыто одно из основных понятий; проанализированы не все существующие подходы к рассматриваемой проблеме; приведена и проанализирована большая часть классификаций рассматриваемого материала; подтверждена большая часть теоретических положений практическим материалом.	теоретические вопросы, предложенные в творческом задании; раскрыты лишь некоторые из основных понятий; проанализированы некоторые подходы к рассматриваемой проблеме; приведена и проанализирована одна классификация рассматриваемого материала; подтверждена лишь часть теоретических положений практическим материалом (общий процент качества ответа – примерно 60%).	теоретические вопросы, предложенные в творческом задании; не проанализированы подходы к данной проблеме (общий процент качества ответа – 40%).
--	--	---	--

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

Зачет проводится в 1 этап.

Зачет проводится в виде теста и защиты творческого задания по созданию медиапродукта. Защита состоит из следующих этапов: демонстрация медиапродукта, его краткая характеристика, интерпретация смысловой составляющей, обзор приемов и средств подготовки медиапродукта.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 18 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется на основании суммирования результатов экзамена и работы в семестре.

Критерии оценивания:

Выставление оценки (суммарно с работой в семестре):

0-49 баллов - неудовлетворительно (2);

50-69 баллов - удовлетворительно (3);

70-90 баллов - хорошо (4);

91-100 баллов - отлично (5).

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

Итоговый экзамен (промежуточная аттестация) проводится в присутствии преподавателя и предполагает развернутый, полный ответ на теоретический вопрос. Вопросы составляются с учётом материала, пройденного как на лекционных занятиях, так и на практических занятиях. Время, отводимое на выполнение итоговой работы, 90 минут.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 19 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

- а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме);
- б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом);
- в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно; используется голосовой мессенджер для записи ответа студента).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Уровни сформированности компетенций определяются следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «отлично»:

- предполагает готовность применять полученные знания в ситуациях, связанных с содержанием дисциплины;
- обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач;
- обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, опираясь на
- самостоятельно проведенный поиск информации.

2. Средний уровень соответствует оценке «хорошо»:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Личный бренд: технологии формирования и продвижения» по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика направленности (профиля) «Авторско-редакторская и научно-исследовательская деятельность в сфере массовой коммуникации» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 20 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- обучающийся освоил знания, связанные с содержанием дисциплины;
- обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач;
- обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, хотя и может затрудняться в самостоятельном поиске информации.

3. Базовый уровень соответствует оценке «удовлетворительно»:

- обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач, но такая аргументация отличается] неполнотой и может быть затруднена;
- обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, но не может дать развернутое обоснование этого компонента; поиск информации проводит поверхностно.

4. Низкий уровень соответствует оценке «неудовлетворительно»; компетенции не сформированы и не проявлены