

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.08.2026 11:57:39
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f5b6cb77a486b9a8788b8322523



МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 21	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Корпоративные СМИ

Направленность (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности

Присваиваемая квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Челябинск 2026 г.

42.03.01

Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована:

Проректор по учебной работе

утверждено 27.02.2026

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания № 8 от 19.02.2026

Председатель Ученого совета
факультета журналистики

согласовано

Б.Н. Киршин

Заседанием кафедры теории медиа

Протокол заседания № 9 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

Е.Ю. Панова

Автор (составитель)

М.А. Демчук

**Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13»
апреля 2021 г. № 274-1**



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности

Дисциплина: *Корпоративные СМИ*

Семестр (семестры) изучения: 2.

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет*.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Корпоративные СМИ» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-2.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать Для достижения УК-2.1.: Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами. Уметь Для достижения УК-2.1.: Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами Владеть Для достижения УК-2.1.: Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами Знать Для достижения УК-2.2.: Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Уметь Для достижения УК-2.2.: Уметь выявлять и анализировать различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор.



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Дизайн коммуникационного продукта в различных
сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Владеть Для достижения УК-2.2.: Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Знать Для достижения УК-2.3.: Знать особенности проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Уметь Для достижения УК-2.3.: Уметь проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Владеть Для достижения УК-2.3.: Владеть навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать Для достижения УК-3.1.: Знать типологию и факторы формирования команд, лидерства и способы социального взаимодействия. Уметь Для достижения УК-3.1.: Уметь применять типологию и факторы формирования команд, лидерства и способы социального взаимодействия. Владеть Для достижения УК-3.1.: Владеть навыками выявления типологии и факторов формирования команд, лидерства и способов социального взаимодействия. Знать Для достижения УК-3.2.: Знать правила взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями и опытом. Уметь



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Дизайн коммуникационного продукта в различных
сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Для достижения УК-3.2.: Уметь осуществлять взаимодействие с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом. Владеть Для достижения УК-3.2.: Владеть навыками взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями и опытом. Знать Для достижения УК-3.3.: Знать правила участия в командной работе Уметь Для достижения УК-3.3.: Уметь принимать участие в командной работе Владеть Для достижения УК-3.3.: Владеть навыками командной работы
УК-10(11)	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	<i>Знать</i> <i>Для достижения УК-10(11). 1:</i> <i>Знать смысл и значение понятий «экстремизм», «терроризм», основные формы их проявления.</i> <i>Уметь</i> <i>Для достижения УК-10(11). 1:</i> Уметь анализировать явления действительности в аспекте возможного их соотнесения с явлениями экстремизма и терроризма Владеть Для достижения УК-10(11). 1: Владеть методикой классификации и типологизации явлений, подпадающим под определение экстремистских Знать Для достижения УК-10(11). 2: Знать определение понятия «коррупционное поведение» Уметь Для достижения УК-10(11). 2: Уметь разграничивать коррупционные и схожие некоррупционные явления в различных сферах жизни общества. Владеть Для достижения УК-10(11). 2: Владеть навыками интерпретации коррупционных явлений и прогнозирования их последствий Знать



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Дизайн коммуникационного продукта в различных
сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Для достижения УК-10(11). 3: Знать этические и правовые нормы поведения, препятствующие проявлениям экстремизма, терроризма, формированию коррупционного поведения. Уметь Для достижения УК-10(11). 3: Уметь организовать профессиональную среду, опираясь на этические и правовые нормы поведения, препятствующие проявлениям экстремизма, терроризма, формированию коррупционного поведения. Владеть Для достижения УК-10(11). 3: Владеть управленческими и профессиональными навыками, позволяющими минимизировать риски экстремистских и коррупционных моделей поведения в профессиональной среде
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать Для достижения ПК-1.1.: Знать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью Уметь Для достижения ПК-1.1.: Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью Владеть Для достижения ПК-1.1.: Владеть навыками определения специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью Знать Для достижения ПК-1.2.: Знать специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь Для достижения ПК-1.2.: Уметь применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Дизайн коммуникационного продукта в различных
сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

общественностью
Владеть
Для достижения ПК-1.2.:
Владеть навыками создания информационных
поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы
и связей с общественностью
Знать
Для достижения ПК-1.3.:
Знать основы создания сценариев специальных
событий и мероприятий для рекламной или PR-
кампании
Уметь
Для достижения ПК-1.3.:
Уметь отбирать материал для сценариев
специальных событий и мероприятий для
рекламной или PR-кампании
Владеть
Для достижения ПК-1.3.:
Владеть навыками проведения специальных
событий и мероприятий для рекламной или PR-
кампании
Знать
Для достижения ПК-1.4.:
Знать инструменты трансляции миссии и
философии организации целевым группам
общественности в оффлайн- и онлайн-среде
Уметь
Для достижения ПК-1.4.:
Уметь подбирать инструменты трансляции миссии
и философии организации целевым группам
общественности в оффлайн- и онлайн-среде
Владеть
Для достижения ПК-1.4.:
Владеть навыками трансляции миссии и
философии организации целевым группам
общественности в оффлайн- и онлайн-среде

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет журналистики Кафедра журналистики и массовых коммуникаций			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 8 из 18	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

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	Знать Для достижения УК-2.1.: Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами. Уметь Для достижения УК-2.1.: Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами Владеть Для достижения УК-2.1.: Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами Знать Для достижения УК-2.2.: Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Уметь Для достижения УК-2.2.: Уметь выявлять и анализировать различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор. Владеть	1. Корпоративные СМИ	Контрольные задания	Вопросы к зачету
	Знать Для достижения УК-3.1.:	1. Корпоративные СМИ	Контрольные задания	Вопросы к зачету
	Знать типологию и факторы формирования команд,			



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере
государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	лидерства и способы социального взаимодействия.			
2	Уметь Для достижения УК-3.1.: Уметь применять типологию и факторы формирования команд, лидерства и способы социального взаимодействия. Владеть Для достижения УК-3.1.: Владеть навыками выявления типологии и факторов формирования команд, лидерства и способов социального взаимодействия. Знать Для достижения УК-3.2.: Знать правила взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями и опытом. Уметь Для достижения УК-3.2.: Уметь осуществлять взаимодействие с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом. Владеть Для достижения УК-3.2.: Владеть навыками взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями и опытом. Знать Для достижения УК-3.3.:	коммуникаций организации	Контрольные задания	Вопросы к зачету
	Знать Для достижения УК-10(11). 1:	СМИ	Контрольные задания практикоориентиро ванного характера	Вопросы к зачету



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере
государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Знать смысл и значение
понятий «экстремизм»,
«терроризм», основные
формы их проявления.
Уметь
Для достижения УК-10(11).
1:
Уметь анализировать
явления действительности в
аспекте возможного их
соотнесения с явлениями
экстремизма и терроризма
Владеть
Для достижения УК-10(11).
1:
Владеть методикой
классификации и
типологизации явлений,
подпадающим под
определение
экстремистских
Знать
Для достижения УК-10(11).
2:
Знать определение понятия
«коррупционное поведение»
Уметь
Для достижения УК-10(11).
2:
Уметь разграничивать
коррупционные и схожие
некоррупционные явления в
различных сферах жизни
общества.
Владеть
Для достижения УК-10(11).
2:
Владеть навыками
интерпретации
коррупционных явлений и
прогнозирования их
последствий
Знать
Для достижения УК-10(11).
3:
Знать этические и правовые
нормы поведения,
препятствующие
проявлениям экстремизма,
терроризма, формированию



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере
государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

коррупционного поведения.
Уметь
Для достижения УК-10(11).
3:
Уметь организовать
профессиональную среду,
опираясь на этические и
правовые нормы поведения,
препятствующие
проявлениям экстремизма,
терроризма, формированию
коррупционного поведения.
Владеть
Для достижения УК-10(11).
3:
Владеть управленческими и
профессиональными
навыками, позволяющими
минимизировать риски
экстремистских и
коррупционных моделей
поведения в
профессиональной среде

Знать
Для достижения ПК-1.1.:
Знать специфику каналов
коммуникации и
имеющегося мирового и
отечественного опыта при
создании текстов рекламы и
связей с общественностью
Уметь
Для достижения ПК-1.1.:
Уметь создавать тексты
рекламы и связей с
общественностью
Владеть
Для достижения ПК-1.1.:
Владеть навыками
определения специфики
каналов коммуникации и
имеющегося мирового и
отечественного опыта при
создании текстов рекламы и
связей с общественностью
Знать
Для достижения ПК-1.2.:
Знать специфику
информационных поводов
для кампаний и проектов в

СМИ

Контрольные
задания
практикоориентиро
ванного характера

Вопросы к зачету



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере
государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

сфере рекламы и связей с
общественностью
Уметь
Для достижения ПК-1.2.:
Уметь применять
творческие решения с
учетом мирового и
отечественного опыта при
создании информационных
поводов для кампаний и
проектов в сфере рекламы и
связей с общественностью
Владеть
Для достижения ПК-1.2.:
Владеть навыками создания
информационных поводы
для кампаний и проектов в
сфере рекламы и связей с
общественностью
Знать
Для достижения ПК-1.3.:
Знать основы создания
сценариев специальных
событий и мероприятий для
рекламной или PR-
кампании
Уметь
Для достижения ПК-1.3.:
Уметь отбирать материал
для сценариев специальных
событий и мероприятий для
рекламной или PR-
кампании
Владеть
Для достижения ПК-1.3.:
Владеть навыками
проведения специальных
событий и мероприятий для
рекламной или PR-
кампании
Знать
Для достижения ПК-1.4.:
Знать инструменты
трансляции миссии и
философии организации
целевым группам
общественности в офлайн-
и онлайн-среде
Уметь
Для достижения ПК-1.4.:



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере
государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Уметь подбирать
инструменты трансляции
миссии и философии
организации целевым
группам общественности в
оффлайн- и онлайн-среде
Владеть
Для достижения ПК-1.4.:
Владеть навыками
трансляции миссии и
философии организации
целевым группам
общественности в оффлайн-
и онлайн-среде



3.2 Содержание оценочных средств

3.2.1 Контрольные задания практикоориентированного характера

1. Вузовское (студенческое) издание как подвид корпоративной прессы в России. Проанализировать контент, дизайн и систему дистрибуции вузовского издания (не менее 3). Выявить достоинства и недостатки.

2. Инфографика. Ее наличие / отсутствие и особенности в корпоративной прессе. Проанализировать приемы инфографики в корпоративном издании (не менее 3). Выявить достоинства и недостатки. Оценить эффективность использования.

3. Планирование иллюстраций в корпоративной газете (документальная фотография, постановочное фото, коллаж, инфографика, рисунок). Провести анализ приемов иллюстрирования корпоративного издания (не менее 3). Выявить основные тенденции и проблемы в иллюстрировании.

4. Специфика клиентской прессы. Провести типологический анализ клиентского корпоративного издания (не менее 3). Выявить его доминирующие и второстепенные функции; целевую аудиторию; жанровое и тема-тическое разнообразие номера; наличие / отсутствие проблематики в текстах; своеобразие верстки и визуальных приемов облегчения восприятия информации; определение концепции издания; лексико-стилистические особенности материалов номера.

5. Проблемы заводских многотиражек в Челябинской области. На примере 3 многотиражных изданий промышленных предприятий Челябинской области выявить основные проблемы данного вида корпоративных изданий.

3.2.2 Вопросы к зачету

1. Определение, сущность корпоративной прессы, ее особенности, место в системе СМИ.

2. Каковы особенности и преимущества корпоративного СМИ в качестве средства PR?

3. Возникновение корпоративной прессы в России и на Западе, основные этапы ее развития.

4. Каковы основные функции корпоративных СМИ?

5. Какие можно выделить виды и типы корпоративных СМИ?

6. Современное состояние и важнейшие тенденции развития

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет журналистики Кафедра журналистики и массовых коммуникаций		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 15 из 18 <table border="1" data-bbox="778 349 1469 398"> <tr> <td>Первый экземпляр _____</td> <td>КОПИЯ № _____</td> </tr> </table>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____		

корпоративной прессы.

7. Основные этапы создания корпоративного печатного СМИ.
8. «Плюсы» и «минусы» аутсорсинга при создании корпоративных СМИ. «Частичный аутсорсинг».
9. В чем специфика отраслевых (профильных) корпоративных изданий?
10. Особенности изданий градообразующих предприятий.
11. «Бортовые журналы», их особенности, место в системе корпоративных СМИ.
12. Корпоративное издание как рекламоноситель.
13. Специфика работы редактора и журналиста в корпоративном издании.
14. Численность, состав и структура редакционного коллектива в корпоративных СМИ.
15. Содержательная модель корпоративного издания.
16. Особенности дизайна корпоративного издания.
17. Активные формы взаимодействия редакции и аудитории. Методы продвижения корпоративного СМИ, организации «обратной связи», изучения аудитории.
18. Каковы основные проблемы российских корпоративных СМИ и возможные пути их решения?
19. Как измерить эффективность деятельности редакции корпоративного СМИ?
20. Виды корпоративного видео.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета во 2 семестре. Оценочные средства для промежуточной аттестации представлены базой контрольных вопросов.

Зачет проводится в 1 этап: письменный развернутый, полный ответ на теоретические вопросы, продолжительность подготовки – 90 минут.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 16 из 18

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Максимальный балл за контрольное задание
практикоориентированного характера – 5 баллов.

Оценка	Отлично/ зачтено	Хорошо/ зачтено	Удовлетворитель но/зачтено	Неудовлетворительно/ не зачтено
Баллы	5 баллов	4 балла	3 балла	2-0 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	средний	базовый	недостаточный

Максимальный балл за зачет – 60 баллов.

Оценка	Отлично/ зачтено	Хорошо/ зачтено	Удовлетворитель но/зачтено	Неудовлетворительно/ не зачтено
Баллы	60-34 баллов	33-23 балла	22-11 балла	10-0 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	средний	базовый	недостаточный

Отлично (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Неудовлетворительно (не зачетно)
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Средний уровень освоения проверяемых компетенций	Базовый уровень уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Обучающийся отлично знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно изъясняется с использованием	Обучающийся хорошо знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно	Обучающийся знаком с материалом, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом. Обучающийся допускает фактические и языковые ошибки, не оперирует лексическим запасом по теме.	Обучающийся не знает основных положений вопроса, не ориентируется в основных понятиях, излагает материал с трудом, с грубыми фактическими и языковыми ошибками, либо отказывается от ответов на вопросы.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет журналистики Кафедра журналистики и массовых коммуникаций			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 17 из 18	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

точных терминов и названий. Обучающийся практически не допускает ошибок.	изъясняется с использованием точных терминов и названий. Обучающийся допускает незначительные ошибки.		
--	---	--	--

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

- 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 обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично:
 - предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: формируются навыки написания материалов для корпоративных СМИ, навыки систематизации данных, необходимых для решения задач в области рекламы и связей с общественностью;
 - студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию о проблемах корпоративных СМИ, формулировать собственные выводы.
2. Средний уровень соответствует оценке хорошо:
 - предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируется комплексное знание о работе корпоративных СМИ, уме-

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет журналистики Кафедра журналистики и массовых коммуникаций		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Корпоративные СМИ» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 18 из 18	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

ние сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения ситуаций в области рекламы и связей с общественностью;

- студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».

3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно:

- предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных теоретических основ создания материалов для корпоративных СМИ;
- студент способен отвечать на вопросы в форме закрытого теста. Количество правильных ответов – не менее 50%.

4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно.