

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.08.2026 11:57:39
Уникальный программный ключ:
04c19ed8b1930f3b0e671a4b0b9ad78806322523



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития

Направление подготовки (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.



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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 № _____

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности, Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития, очная

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе утверждено 00.02.2026 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 № 8 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

С.А.Гладков

Автор (составитель)

С.А. Гладков

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27.09.2022 г. № 573-1 «Об утверждении шаблонов документов».



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 2 из 17

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 медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 3 из 17

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: *Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития*

Семестр (семестры) изучения: *7*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины *«К Современным медиа: особенности, состояние, тенденции развития»* направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать Для достижения УК-1.1.: Знать основы поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач. Уметь Для достижения УК-1.1.: Уметь выполнять поиск информации, определять критерии системного анализа поставленных задач Владеть Для достижения УК-1.1.: владеть навыками поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач. Знать Для достижения УК-1.2.: Знать основы использования критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач Уметь Для достижения УК-1.2.:



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 4 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Уметь использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач Владеть Для достижения УК-1.2.: Владеть навыками критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач
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 общественностью Владеть Для достижения ПК-1.2.: Владеть навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Знать Для достижения ПК-1.3.:



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 5 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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

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-1.1.:	1. Современный	творческие задания	вопросы к зачету



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 6 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Знать основы поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач. Уметь Для достижения УК-1.1.: Уметь выполнять поиск информации, определять критерии системного анализа поставленных задач Владеть Для достижения УК-1.1.: владеть навыками поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач. Знать Для достижения УК-1.2.: Знать основы использования критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач Уметь Для достижения УК-1.2.: Уметь использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач Владеть Для достижения УК-1.2.: Владеть навыками критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач Знать Для достижения ПК-1.1.: Знать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при	медиа контент в традиционных медиа /Лек/ 2. Современный медиа контент в новых медиа /Лек/ 3. Современный медиа контент в сети и мобильных коммуникациях /Лек/ 4. Современный медиа контент на нетрадиционных платформах: Smart TV, интерактивный контент, игровой цифровой контент /Лек/ 5. Специфика медиа контента в традиционных медиа /Пр/		
--	---	--	--



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 7 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	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 общественностью Владеть Для достижения ПК-1.2.: Владеть навыками создания информационных поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью			
2	Знать Для достижения ПК-1.1.: Знать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и	6. Специфика медиаконтента в UGC и новых медиа	творческие задания	вопросы к зачету



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 8 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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 общественностью Владеть Для достижения ПК-1.2.: Владеть навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Знать Для достижения ПК-1.3.: Знать основы создания сценариев специальных	/Пр/ 7. Специфика медиаконтента в сети и мобильных коммуникациях /Пр/ 8. Медиаконтент на нетрадиционных платформах: типы и особенности /Ср/ 9. Типология современного медиаконтента /Ср/ 10. Типы современного медиаконтента /ИКР/		
---	---	--	--



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 9 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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			
---	--	--	--

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

Творческие задания:

Задание №1. Медиаконтент в традиционных медиа

Напишите развернутый план подготовки медиаконтента на заданную тематику для традиционного медиа, указав:

Структуру, формат, источники данных;

Специфику текстовой и визуальной составляющей медиаконтента;

Особенности выбора жанра/формата медиаконтента.

Вариация ответа:

Тема: Развитие велоинфраструктуры в городе N: проблемы и перспективы

Цель: Проинформировать аудиторию о состоянии велоинфраструктуры, выявить ключевые проблемы и осветить планы властей по ее развитию.

Задачи:

Дать объективную оценку текущей ситуации.

Показать разные точки зрения (власть, активисты, обычные горожане).

Проанализировать эффективность реализованных проектов.

Сформировать общественный запрос на решение проблемы.

1. Структура, Формат, Источники Данных

Структура медийного проекта (серия публикаций):

Проблемная статья (Актуализация темы):

Формат: Заметка на полосу или разворот.

Содержание: Описание текущей ситуации: статистика ДТП с велосипедистами, карта существующих и разорванных велодорожек, мнения экспертов о безопасности.



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 11 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Репортаж с места событий:

Формат: Репортаж с фотографиями.

Содержание: Выезд журналиста на один из самых проблемных участков велодорожки (например, внезапно обрывающейся у оживленного перекрестка). Интервью с велосипедистами, пешеходами и водителями.

Интервью с представителем власти:

Формат: Вопрос-ответ (Q&A) или интервью в авторском изложении.

Содержание: Беседа с главой департамента транспорта или градостроительства о бюджете, планах, сроках и трудностях развития велоинфраструктуры.

Социологический опрос:

Формат: Инфографика + краткий аналитический текст.

Содержание: Результаты уличного или телефонного опроса горожан: "Готовы ли вы пересесть на велосипед при наличии инфраструктуры?", "Что главное мешает?", "Как вы оцениваете усилия властей?"

Аналитическая статья (Итоговая):

Формат: Колонка эксперта или аналитическая статья.

Содержание: Сравнение с опытом других городов, оценка экономических и экологических выгод, комплексный анализ всех собранных данных и формулировка выводов.

Источники данных:

Первичные (Полевые):



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 12 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Экспертные интервью: Представитель мэрии/департамента транспорта, урбанист, архитектор, представитель велообщества.

Прямое наблюдение: Выезд на велодорожки, фиксация нарушений, качества покрытия, конфликтных точек.

Опросы: Велосипедисты, пешеходы, автомобилисты.

Вторичные (Документальные):

Официальные данные: Муниципальные программы развития транспорта, отчеты о ДТП от ГИБДД, бюджетные allocations.

Статистика: Данные метеорологической службы (потенциал велосезона), продажи велосипедов (по данным крупных ритейлеров).

Экспертные материалы: Исследования транспортных институтов, статьи в профильных СМИ.

2. Специфика текстовой и визуальной составляющей
Текстовая составляющая:

Язык и стиль:

Общедоступность. Избегание узкопрофессионального жаргона. Сложные термины ("транспортная логистика", "калькуляция") разъясняются.

Объективность и баланс. Каждая проблема подается с разных сторон. "Велосипедисты жалуются на... В то же время в мэрии отмечают, что..."

Конкретность. Вместо "многие жалуются" — "по данным нашего опроса, 67% респондентов...". Использование цифр, имен, конкретных мест и фактов.

Структура: Четкое деление на абзацы, использование подзаголовков, списков и выносок для удобочитаемости.



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 13 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Визуальная составляющая:

Фотографии:

Высокое качество, динамика. Не постановочные, а репортажные кадры: велосипедист в потоке машин, дети на велодорожке в парке, разрушенное покрытие.

Крупные планы. Эмоции на лицах людей, детали (сломанный велосипед после ДТП, знак "Велосипедная дорожка", заставленный автомобилями).

Инфографика:

Схемы и карты. Самая важная визуализация. Карта города с выделением: существующих велодорожек (зеленый), запланированных (синий), аварийных участков (красный).

Диаграммы и графики. Визуализация данных опроса: "Основные препятствия для использования велосипеда" (круговая диаграмма), "Динамика строительства велодорожек за 5 лет" (линейный график).

Иконки. Использование понятных иконок (велосипед, светофор, деньги, часы) для визуального сопровождения текста.

Верстка:

Сочетание текста и визуала. Фотографии и инфографика неразрывно связаны с текстом и расположены в соответствующих смысловых блоках.

Акценты. Использование рамок, фоновой заливки для ключевых цитат или статистических данных.

3. Особенности выбора жанра/формата медиаконтента

Выбор жанра обусловлен задачами публикации и ожиданиями аудитории традиционного медиа.

Почему серия публикаций в разных жанрах?



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) «Современные медиа: особенности, состояние, тенденции развития» 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. 14 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Комплексное освещение: Один жанр (например, только заметка) не позволяет раскрыть многослойную проблему.

Удержание внимания: Разнообразие форматов не дает аудитории заскучать.

Вовлечение разных сегментов аудитории: Кто-то любит короткие новости, кто-то — глубокие интервью, а кого-то цепляет визуальная инфографика.

Задание №2. Медиаконтент в новых медиа

Напишите развернутый план подготовки медиаконтента на заданную тематику для новых медиа, указав:

Структуру, формат, источники данных;
Специфику текстовой и визуальной составляющей медиаконтента;
Особенности выбора жанра/формата медиаконтента;
Специфику использования профессионального контента и UGC.

Вопросы к зачету:

1. Современный медиаконтент в традиционных медиа

Вариация ответа:

Ключевой тезис: Современный медиаконтент в традиционных СМИ (телевидение, радио, печать) — это не отказ от классических форматов, а их глубокая трансформация под влиянием цифровой среды. Главный тренд — конвергенция: интеграция технологий, платформ и форматов, где традиционные медиа адаптируются к логике и потребностям цифровой аудитории.

1. Ключевые характеристики современного медиаконтента в традиционных СМИ

Мультиплатформенность (Кросс-медийность): Контент создается не только для основного канала (эфира, бумаги), но и адаптируется для соцсетей, сайта, YouTube-канала.



Пример: Телеканал показывает сюжет в новостях, затем выкладывает его расширенную версию на сайт, ключевой момент становится вирусным видео в TikTok, а обсуждение с героем проходит в прямом эфире Instagram.

Интерактивность и вовлечение (Engagement): Пассивное потребление уходит в прошлое. Аудиторию вовлекают через:

Опросы и голосования в прямом эфире и соцсетях.

Прямые эфиры с возможностью задать вопросы.

Пользовательский контент (UGC): Читатели присылают фото и видео, которые становятся частью новостей (например, "народные" репортажи о погоде или пробках).

Визуализация и инфотеймент: Чтобы конкурировать за внимание, сложная информация подается в упрощенной и визуально привлекательной форме.

Пример: В газете сложная статистика сопровождается инфографикой, а в телесюжете используются 3D-графика, анимация и динамичный монтаж.

Персонализация и нишевание: Массовость уступает место целевой аудитории. Появляются нишевые проекты и рубрики внутри крупных СМИ, ориентированные на конкретные группы (например, отдельный раздел о киберспорте в спортивной газете или YouTube-шоу на телеканале для молодежи).

Высокая скорость производства и клиповость: Под влиянием соцсетей даже в традиционных медиа ускоряется ритм, появляются короткие форматы (короткие новости до 1 минуты, "вертикальные" версии сюжетов для смартфонов).

2. Современный медиаконтент в новых медиа
3. Современный медиаконтент в сети
4. Современный медиаконтент в мобильных коммуникациях
5. Современный медиаконтент на нетрадиционных платформах: Smart TV



6. Современный медиаконтент на нетрадиционных платформах: интерактивный контент
7. Современный медиаконтент на нетрадиционных платформах: игровой цифровой контент
8. Специфика медиаконтента в традиционных медиа
9. Специфика медиаконтента в UGC и новых медиа
10. Специфика медиаконтента в сети
11. Специфика медиаконтента в мобильных коммуникациях
12. Медиаконтент на нетрадиционных платформах: типы и особенности

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачет по дисциплине в 7 семестре выставляется по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам собеседования на зачете.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания творческих заданий

Отлично (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Неудовлетворительно (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>
Задание выполнено в полном объеме; пояснение не содержит ошибок.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит 2–3 негрубые ошибки.	Задание выполнено не в полном объеме; ИЛИ пояснение содержит грубые ошибки.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит большое количество ошибок.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.



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) / незачет;

50-69 баллов - удовлетворительно (3) / зачет;

70-90 баллов - хорошо (4) / зачет;

91-100 баллов - отлично (5) / зачет.

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. *Низкий уровень* соответствует оценке неудовлетворительно.

2. *Базовый уровень* соответствует оценке удовлетворительно. Он предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений дисциплины.

3. *Средний уровень* соответствует оценке хорошо:

предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируются комплексное знание содержания дисциплины, умение сбора, анализа информации, необходимой для использования информационных технологий в научно-исследовательской работе;

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

4. *Высокий уровень* сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности;

студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию, формулировать собственные выводы.