

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.10.2025 14:57:38
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) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 1 из 13	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Режиссура коммуникационных и медиапродуктов

Направление подготовки (специальность)
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Современные медиакоммуникационные стратегии

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) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 13

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) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и
рекомендован:**

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания от «10» февраля 2025 г. №8

Председатель ученого совета
факультета журналистики

_____ Б.Н. Киршин

**Заседанием кафедры
теории медиа**

Протокол заседания от «06» февраля 2025 г. №8

Заведующий кафедрой

_____ Е. Ю. Панова

Автор (составитель)
Заведующий кафедрой
теории медиа

_____ Е. Ю. Панова



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) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *42.04.01 Реклама и связи с общественностью*
Направленность (профиль) *«Современные медиакоммуникационные стратегии»*

Дисциплина: *Режиссура коммуникационных и медиапродуктов*

Семестр (семестры) изучения: *2*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *экзамен*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины *«Режиссура коммуникационных и медиапродуктов»* 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 управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знать Для достижения УК-2.1.: Знать этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации Уметь Для достижения УК-2.1.: Уметь учитывать этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации Владеть Для достижения УК-2.1.: Владеть навыками определения этапов жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации Знать Для достижения УК-2.2.: Знать принципы формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта. Уметь Для достижения УК-2.2.:



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) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>Уметь применять принципы формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта.</p> <p>Владеть Для достижения УК-2.2.: Владеть опытом формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта</p> <p>Знать Для достижения УК-2.3.: Знать принципы решения конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения.</p> <p>Уметь Для достижения УК-2.3.: Уметь проектировать решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения.</p> <p>Владеть Для достижения УК-2.3.: Владеть навыками проектирования решений конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения.</p>
ПК-2	Способен осуществлять научные исследования с учетом специфики профессиональной сферы	<p>Знать Для достижения ПК-2.1.: Знать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p>Уметь Для достижения ПК-2.1.: Уметь отбирать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p>Владеть Для достижения ПК-2.1.: Владеть навыками отбора аналитические</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) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p>Знать Для достижения ПК-2.2.: Знать основы анализ ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Уметь Для достижения ПК-2.2.: Уметь проводить анализ ситуации и разрабатывать программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Владеть Для достижения ПК-2.2.: Владеть навыками анализа ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</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-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Теоретические основы режиссуры коммуникационных и медиапродуктов Основные функции режиссера	Творческие задания	Вопросы к экзамену



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) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № ____

2	ПК-2. Способен осуществлять научные исследования с учетом специфики профессиональной сферы	Специфика режиссуры рекламного продукта	Творческие задания	Вопросы экзамену	к
		Образ как основа режиссерской работы			

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.

1. Режиссерская концепция аудиовизуального медиапродукта

Название проекта: «Тихие улицы» (короткометражный социальный драматический фильм)

Логлайн: Одинокий пенсионер, бывший учитель, находит смысл жизни, тайно ремонтируя детскую площадку в своем спальном районе, пока все спят.

Основная идея (концепция): Даже маленький, незаметный поступок одного человека может стать тихой революцией, способной изменить пространство и объединить людей. Это история о том, что доброта и созидание — это акт молчаливого сопротивления равнодушию и разрухе.

Режиссерский подход:

- **Визуальное решение:**

- **Цветовая палитра:** Первая половина — приглушенные, холодные, серо-зеленые тона (тоска и запустение). По мере развития действия появляются более теплые, солнечные акценты (желтый, оранжевый, натуральное дерево).

- **Операторская работа:** Статичные, почти живописные кадры, подчеркивающие статичность мира героя. Много съемки в «golden hour» (золотые час рассвета), чтобы создать атмосферу таинственности и волшебства. Движение камеры плавное, минимальное.

- **Работа со светом:** Естественное, часто контровое освещение (силуэты на рассвете), чтобы подчеркнуть одиночество и одновременно сделать образ героя возвышенным.

- **Звуковое решение:**



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- **Саунддизайн:** Усиление «тихих» звуков — скрип качелей, шуршание листьев, стук молотка. Эти звуки становятся саундтреком к действиям героя.
- **Музыка:** Минималистичная, меланхоличная мелодия (возможно, одно piano или виолончель). Появляется редко, только в ключевые эмоциональные моменты.
- **Работа с актером:** Главная роль требует игры без ярких диалогов (их почти нет), вся история рассказывается через глаза, пластику, мелкие детали поведения.
- **Целевая аудитория:** Взрослая (25+), ценящая камерное, вдумчивое кино, социальную проблематику.

2. Сценарий рекламного видеоролика

Продукт: Умная колонка «Harmony» с функцией адаптивного звука для чтения и работы.

Цель: Позиционирование товара как незаменимого помощника для современного человека, ценящего концентрацию и личное пространство.

Хронометраж: 30 секунд

СЦЕНАРИЙ

Кадр	Видеоряд	Звук
1-5 сек.	УТРО. Крупный план лица девушки (25-30 лет). Она с чашкой кофе смотрит на залитый солнцем город за окном. Она выглядит спокойной, но слегка уставшей от городского шума.	Приглушенный гул города за окном.
6-10 сек.	Девушка поворачивается к столу, берет книгу. Она пытается читать, но ее отвлекает НАВЯЗЧИВЫЙ звук капель из крана на кухне (ТИК-ТАК, ТИК-ТАК). Ее взгляд выражает легкое раздражение.	Звук капель становится громче и навязчивее на фоне общего гула.
11-15 сек.	Она с легкой улыбкой смотрит на умную колонку « Harmony » на полке.	Голос за кадром (спокойный, бархатный): «Мешают сосредоточиться?»
16-20 сек.	Она произносит голосовую команду: « Harmony , тихий вечер ». Колонка мягко светится.	Девушка: «Harmony, тихий вечер».
21-25 сек.	РЕЗКАЯ СМЕНА КАДРА. Девушка погружена в чтение. Звук капель исчез. Вместо него едва слышно звучит нежная,	Появляется мягкая, умиротворяющая музыка. Полная тишина вокруг



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) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Кадр

Видеоряд

Звук

ambient-мелодия, идеально заглушающая внешний шум. Она с комфортом устроилась в кресле.

нее. **Голос** за кадром: «Harmony. Адаптивный звук для вашего пространства.»

26-30 сек.

Финальный кадр: продукт на фоне умиротворенной обстановки дома. Появляется логотип и слоган.

Слоган: «Harmony. Ваша звуковая вселенная.»

3. Пример решения для видеомонтажа

Задача: Смонтировать динамичный и мотивирующий тизер для бегового клуба.

Исходные материалы: 4-5 разных планов (общий, средний, крупный) бегунов в парке в разное время суток, замедленные съемки (slow-motion), drone-shot с высоты.

Программа для монтажа: Adobe Premiere Pro / DaVinci Resolve

Пошаговое решение:

1. **Музыкальный каркас:** Выбрать трек с мощным битом и нарастающим интро (например, жанр: epic orchestral hybrid или indie rock). Заложить его на таймлайн первым. Весь монтаж будет идти в ритм музыке.

2. **Структура (в ритме музыки):**

○ **0-5 сек. (Интро):** Быстрая нарезка из самых эффектных кадров (удар ноги по земле, капли пота, напряженное лицо) в такт каждому удару барабана. Чередование затемнений и вспышек (black frames).

○ **5-15 сек. (Нарастание):** В момент нарастания музыки вставляем самый зрелищный drone-shot — бегуны несутся по аллее парка с высоты. Скорость плавно увеличивается.

○ **15-25 сек. (Кульминация):** На момент основного drop (кульминации трека) делаем резкий переход на замедленную съемку (slow-motion). Бегун в прыжке, летящие брызги воды из бутылки, улыбка сквозь усталость. Звук приглушается, слышен только мощный саундтрек и приглушенное дыхание.

○ **25-30 сек. (Финал):** Резкий обрез музыки. Финальный кадр — команда бегунов останавливается на вершине холма на закате, смотрят на город. Появляется логотип клуба и текст: «Твой рывок. Наша команда. Присоединяйся.»

3. **Цветокоррекция:** Использование LUT (Look-Up Table) в стиле «orange & teal» для кинематографичного, насыщенного и контрастного изображения. Акцент на золотые часы (рассвет/закат).

4. **Работа со звуком:** Усиление естественных звуков (дыхание, биение сердца, шаги) в ключевые моменты, чтобы создать эффект присутствия.

Вопросы к экзамену (с краткими ответами)



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. Понятие и сущность режиссуры

Режиссура — это искусство творческой организации всех элементов аудиовизуального произведения (сценария, актерской игры, операторской работы, звука, монтажа) в единое целое для создания художественного образа и донесения идеи до зрителя.

Сущность — интерпретация и воплощение. Режиссер не просто технический исполнитель, а автор, который через свой замысел, видение и волю трансформирует текст в зрительно-звуковой ряд.

2. Основные средства выразительности в режиссуре

1. **Работа с кадром:** Композиция, ракурс, крупность плана.
2. **Свет:** Создание настроения, акцентирование внимания, игра со светотенью.
3. **Цвет:** Цветовая палитра и ее психологическое воздействие.
4. **Монтаж:** Ритм, темп, последовательность кадров.
5. **Звук:** Музыка, шумы, диалоги, тишина как драматургический элемент.
6. **Работа с актером:** Мизансцена, пластика, эмоция.

3. Телевизионная и видеорежиссура

• **Телережиссура:** Работа в **прямом эфире** или в условиях жесткого графика (новости, ток-шоу, спортивные трансляции). Требуется мгновенное принятие решений, управления несколькими камерами одновременно и координации большой команды.

• **Видеорежиссура:** Работа над проектами, которые снимаются и **монтируются** (кино, клипы, реклама, документальное кино). Здесь больше времени на подготовку и творческие поиски.

4. Особенности видеорекламы

- **Краткость:** Жесткие временные рамки (5-60 сек.).
- **Целенаправленность:** Четкая цель — вызвать реакцию (покупка, узнавание бренда, переход по ссылке).
- **Эмоциональность:** Максимальное воздействие на эмоции за минимальное время.
- **Концентрация идеи:** Одна простая и ясная мысль.
- **Запоминаемость:** Яркий визуальный или звуковой образ (ухо-припев).

5. Функции режиссера в медиапроизводстве

1. **Творческая:** Разработка концепции, интерпретация сценария, работа с актерами и оператором.
2. **Организационная:** Составление графика съемок, руководство съемочной группой.
3. **Административная:** Контроль за соблюдением бюджета и сроков.
4. **Техническая:** Понимание технологий съемки и монтажа для реализации замысла.

6. Режиссерский тип рекламы (на примерах)

Реклама, снятая как мини-фильм, с акцентом на эмоции, красоту картинки и режиссерский почерк.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

• **Пример 1: Apple «1984»** (Ридли Скотт). Использование антиутопической эстетики, мощный повествовательный посыл.

• **Пример 2: любой ролик с участием знаменитости, где она играет роль, а не просто говорит в камеру** (например, серия роликов Huawei с Карлом Лагерфельдом).

• **Пример 3: «Голодный медведь» для «ВкусВилл»**. Яркий сюжет, актерская игра, юмор.

7. Жанры медиапродуктов относительно режиссерских функций

- **Игровое кино/сериал:** Полный контроль режиссера над всеми элементами.
- **Документальное кино:** Режиссер — исследователь и интерпретатор реальности.
- **Новости/Ток-шоу:** Режиссер — координатор и организатор эфира.
- **Реклама/Клип:** Режиссер — визуализатор и создатель яркого краткого образа.
- **Развлекательные шоу:** Режиссер — создатель зрелища и динамики.

8. Алгоритм предпродакшн-периода

1. **Разработка концепции и написание сценария.**
2. **Создание раскадровки и режиссерского сценария.**
3. **Формирование съемочной группы (оператор, художник и т.д.).**
4. **Кастинг актеров и подбор локаций.**
5. **Составление сметы и календарно-постановочного плана (КПП).**
6. **Подготовко-техническое совещание со всеми главами цехов.**

9. Порядок проведения съемочного периода

1. **Подготовка локации:** Художественная и техническая подготовка.
2. **Репетиция с актерами и постановка света.**
3. **Съемка дублей по плану, утвержденному в КПП.**
4. **Контроль качества отснятого материала (оператор, сценарист, режиссер).**
5. **Ежедневный просмотр отснятого материала (дайлиз) для оценки и**

корректировки плана.

10. Постпродакшн период: монтаж и продвижение

1. **Монтаж:**
 - **Черновая сборка** (в логической последовательности).
 - **Чистовая сборка** (точная работа со временем, ритмом).
 - **Цветокоррекция и графика.**
 - **Звукорежиссура** (озвучка, шумы, музыка).
2. **Продвижение:**
 - Создание промо-материалов (тизеры, постеры).
 - Презентация продукта заказчику/дистрибьютору.
 - Размещение на платформах (ТВ, онлайн-кинотеатры, соцсети).
 - Проведение рекламной кампании.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации



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) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Экзамен по дисциплине в 2 семестре выставляется по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам ответа на экзамене.

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.



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) «Режиссура коммуникационных и медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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.