

Документ подписан простой электронной подписью:

Информация о владельце:

ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 17.08.2026 11:57:38

Уникальный программный ключ:

04c19ed8bfb9815bbcb77a48bb9a8788b8322525



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Введение в коммуникационные специальности

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, Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности, Реклама и связи с общественностью, Введение в коммуникационные специальности, 2026, очная

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 теории медиа			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень формируемых компетенций
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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23	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: *Введение в коммуникационные специальности*

Семестр (семестры) изучения: *1*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *экзамен*



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Изучение дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции согласно ФГОС (ОПОП ВО)	Содержание компетенций согласно ФГОС (ОПОП ВО)	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3	4
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	УК-2.1 Демонстрирует знание теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами УК-2.2 Выявляет и анализирует различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументирует их выбор УК-2.3 Демонстрирует способность проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и 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 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



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			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-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Демонстрирует понимание основных принципов самообразования, профессионального и личностного развития УК-6.2 Определяет свои личные ресурсы и возможности для достижения поставленной цели УК-6.3 Демонстрирует умение рационального распределения временных и/или иных ресурсов	Знать Для достижения УК-6.1: Знать основные принципы самообразования, профессионального и личностного развития Уметь Для достижения УК-6.1: Уметь применять принципы самообразования, профессионального и личностного развития Владеть Для достижения УК-6.1: Владеть навыками самообразования, профессионального и личностного развития Знать Для достижения УК-6.2: Знать свои личные ресурсы и возможности для достижения поставленной цели Уметь Для достижения УК-6.2: Уметь определять свои личные ресурсы и возможности для достижения поставленной цели Владеть Для достижения УК-6.2: Владеть навыками регуляции своих личных ресурсов и возможностей для достижения поставленной цели Знать Для достижения УК-6.3: Знать принципы рационального



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			распределения временных и/или иных ресурсов Уметь Для достижения УК-6.3: Уметь определять возможности рационального распределения временных и/или иных ресурсов Владеть Для достижения УК-6.3: Владеть навыками рационального распределения временных и/или иных ресурсов
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2 Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать Для достижения ОПК-1.1: Знать основные принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Уметь Для достижения ОПК-1.1: Уметь применять принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Владеть Для достижения ОПК-1.1: Владеть алгоритмом подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Знать Для достижения ОПК-1.2: Знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Уметь Для достижения ОПК-1.2: Уметь устанавливать отношения между компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Владеть Для достижения ОПК-1.2: Владеть навыками работы с



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2 Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	Знать Для достижения ОПК-2.1: Знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Уметь Для достижения ОПК-2.1: Уметь устанавливать отношения между компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Владеть Для достижения ОПК-2.1: Владеть навыками работы с компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Знать Для достижения ОПК-2.2: Знать принципы объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении Уметь Для достижения ОПК-2.2: Уметь применять принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении Владеть Для достижения ОПК-2.2: Владеть навыками сохранения принципа объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знать Для достижения ОПК-4.1: Знать принципы составления и проведения социологических опросов Уметь Для достижения ОПК-4.1: Уметь соотносить социологические



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		ОПК-4.2 Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп Владеть Для достижения ОПК-4.1: Владеть навыками проведения социологических исследований Знать Для достижения ОПК-4.2: Знать основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов Уметь Для достижения ОПК-4.2: Уметь выявлять основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов Владеть Для достижения ОПК-4.2: Владеть навыками сопоставления основных характеристик целевой аудитории и журналистского текста и (или) продуктов
ПК-2	Способен реализовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-2.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Знать Для достижения ПК-2.1: Знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь Для достижения ПК-2.1: Уметь отбирать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть Для достижения ПК-2.1: Владеть навыками применения типовых алгоритмов в проектах и кампаниях в сфере рекламы и связей с общественностью Знать Для достижения ПК-2.2: Знать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Уметь Для достижения ПК-2.2: Уметь применять основные документы по сопровождению



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Владеть Для достижения ПК-2.2: Владеет навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Знать Для достижения ПК-2.3: Знать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Уметь Для достижения ПК-2.3: Уметь отбирать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Владеть Для достижения ПК-2.3: Владеет навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
--	--	--	---

 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) «Введение в коммуникационные специальности» 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. 10 из 23	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	УК-2: 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 Для достижения УК-2.2: Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора	1. Журналистские специальности. 2. Специальности в сфере рекламы и PR. 3. Медиакоммуникационные специальности.	1. Творческое задание.	1. Тест.



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	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			
2	УК-6: Знать Для достижения УК-6.1: Знать основные принципы самообразования, профессионального и личностного развития Уметь Для достижения УК-6.1: Уметь применять принципы самообразования, профессионального и личностного развития Владеть Для достижения УК-6.1: Владеть навыками самообразования, профессионального и личностного развития Знать Для достижения УК-6.2: Знать свои личные ресурсы и	1. Журналистские специальности. 2. Специальности в сфере рекламы и PR. 3. Медиакоммуникационные специальности.	1. Творческое задание.	1. Тест.



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	возможности для достижения поставленной цели Уметь Для достижения УК-6.2: Уметь определять свои личные ресурсы и возможности для достижения поставленной цели Владеть Для достижения УК-6.2: Владеть навыками регуляции своих личных ресурсов и возможностей для достижения поставленной цели Знать Для достижения УК-6.3: Знать принципы рационального распределения временных и/или иных ресурсов Уметь Для достижения УК-6.3: Уметь определять возможности рационального распределения временных и/или иных ресурсов Владеть Для достижения УК-6.3: Владеть навыками рационального распределения временных и/или иных ресурсов			
3	ОПК-1 Знать Для достижения ОПК-1.1: Знать основные принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Уметь Для достижения ОПК-1.1: Уметь применять принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов	1. Журналистские специальности. 2. Специальности в сфере рекламы и PR. 3. Медиакоммуникационные специальности.	1. Творческое задание.	1. Тест.



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Владеть Для достижения ОПК-1.1: Владеть алгоритмом подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Знать Для достижения ОПК-1.2: Знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Уметь Для достижения ОПК-1.2: Уметь устанавливать отношения между компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Владеть Для достижения ОПК-1.2: Владеть навыками работы с компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития			
4	ОПК-2: Знать Для достижения ОПК-2.1: Знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и	1. Журналистские специальности. 2. Специальности в сфере рекламы и PR. 3. Медиакоммуникационные специальности.	1. Творческое задание.	1. Тест.



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	тенденции развития Уметь Для достижения ОПК-2.1: Уметь устанавливать отношения между компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Владеть Для достижения ОПК-2.1: Владеть навыками работы с компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Знать Для достижения ОПК-2.2: Знать принципы объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении Уметь Для достижения ОПК-2.2: Уметь применять принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении Владеть Для достижения ОПК-2.2: Владеть навыками сохранения принципа объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов			
5	ОПК-4: Знать Для достижения ОПК-4.1: Знать принципы составления и проведения социологических опросов Уметь Для достижения ОПК-4.1:	1. Журналистские специальности. 2. Специальности в сфере рекламы и PR. 3. Медиакоммуникационные специальности.	1. Творческое задание.	1. Тест.



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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. 15 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	Уметь соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп Владеть Для достижения ОПК-4.1: Владеть навыками проведения социологических исследований Знать Для достижения ОПК-4.2: Знать основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов Уметь Для достижения ОПК-4.2: Уметь выявлять основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов Владеть Для достижения ОПК-4.2: Владеть навыками соотнесения основных характеристик целевой аудитории и журналистского текста и (или) продуктов			
6	ПК-2 Знать Для достижения ПК-2.1: Знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь Для достижения ПК-2.1: Уметь отбирать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть Для достижения ПК-2.1: Владеть навыками применения типовых алгоритмов в проектах и кампаниях в сфере рекламы и связей с общественностью	1. Журналистские специальности. 2. Специальности в сфере рекламы и PR. 3. Медиакоммуникационные специальности.	1. Творческое задание.	1. Тест.



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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. 16 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Знать

Для достижения ПК-2.2:
Знать основные документы
по сопровождению проекта в
сфере рекламы и (или)
связей с общественностью

Уметь

Для достижения ПК-2.2:
Уметь применять основные
документы по
сопровождению проекта в
сфере рекламы и (или)
связей с общественностью

Владеть

Для достижения ПК-2.2:
Владеет навыками
подготовки основных
документов по
сопровождению проекта в
сфере рекламы и (или)
связей с общественностью

Знать

Для достижения ПК-2.3:
Знать результаты
исследований для
планирования рекламной
или PR-кампании при
создании
коммуникационного
продукта

Уметь

Для достижения ПК-2.3:
Уметь отбирать результаты
исследований для
планирования рекламной
или PR-кампании при
создании
коммуникационного
продукта

Владеть

Для достижения ПК-2.3:
Владеть навыками
использования результатов
исследований для
планирования рекламной
или PR-кампании при
создании
коммуникационного
продукта

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля

	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) «Введение в коммуникационные специальности» 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. 17 из 23 <table border="1" data-bbox="778 349 1461 398"> <tr> <td>Первый экземпляр _____</td> <td>КОПИЯ № _____</td> </tr> </table>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____		

представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

Пример творческого задания (с кратким вариантом ответа):

Напишите эссе на тему: «Наиболее актуальные коммуникационные специальности нашего времени» (обоснуйте свою позицию).

Когда я поступал на журналистику, мои представления о профессии были довольно романтичными: блокнот, диктофон, горячие точки и передовицы в газете. Однако уже первые месяцы учебы открыли мне иную реальность: поле коммуникаций стремительно расширилось, и сегодня быть просто «журналистом» или «пиарщиком» – слишком широкое определение. Современный мир диктует новые правила, и на первый план выходят узкоспециализированные коммуникационные специальности, без которых невозможно представить ни один успешный проект. На мой взгляд, наиболее актуальными сегодня являются специализации, связанные с цифровой средой, данными и глубоким пониманием аудитории.

Безусловно, титул одной из самых востребованных специальностей нашего времени принадлежит **SMM-менеджеру** (или **стратегу**). Это уже далеко не тот человек, который просто постит картинки в Instagram. Это архитектор цифрового присутствия бренда, который должен совмещать в себе навыки копирайтера, маркетолога, аналитика, таргетолога и психолога. Его актуальность обусловлена тотальной миграцией аудитории в социальные сети. Бренды, общественные движения и даже государственные институты ведут диалог с обществом именно там. SMM-специалист не просто информирует, он создает комьюнити, управляет репутацией в режиме реального времени и напрямую влияет на лояльность и продажи. Без него голос компании просто потеряется в информационном шуме.

Второй по значимости я считаю профессию **дата-журналиста и медиааналитика**. Мы живем в эпоху Big Data, но сами по себе данные – просто груда цифр. Ключевая задача – превратить их в понятную и убедительную историю. Именно этим и занимается дата-журналист. Он визуализирует сложные процессы через инфографику, находит причинно-следственные связи в статистике и представляет масштабные явления в формате, доступном для массовой аудитории. В условиях переизбытка информации и фейков способность работать с данными, проверять их и грамотно презентовать становится не просто актуальной, а жизненно необходимой для поддержания информационной гигиены в обществе.

Третья ключевая специальность, которую я выделяю, – это **менеджер по внутренним коммуникациям** (Internal Communications). Раньше коммуникации воспринимались преимущественно как внешние – обращенные к клиенту. Сегодня бизнес осознал, что самый ценный актив – это его сотрудники. Невозможно построить сильный внешний бренд, если внутри компании царит неразбериха и нет диалога. Этот специалист выстраивает корпоративную культуру, повышает вовлеченность

 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) «Введение в коммуникационные специальности» 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. 18 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

сотрудников, управляет изменениями внутри компании и доносит стратегию руководства до каждого сотрудника. В эпоху «великой отставки» и удаленной работы его роль становится критически важной для удержания талантов и поддержания эффективности.

Наконец, нельзя не упомянуть **кризис-менеджера в цифровой среде**. Скорость распространения информации в сети такова, что репутацию, годами строившуюся, можно разрушить за несколько часов. Кризис-менеджер нового поколения – это не пожарный, который тушит уже разгоревшийся пожар. Это стратег, который создает систему мониторинга настроений в сети, разрабатывает протоколы действий на разные случаи и обладает навыками быстрого и честного диалога с публикой в соцсетях и медиа. Его актуальность продиктована самой природой цифрового пространства – непредсказуемой и мгновенной.

В качестве заключения хочу сказать, что классическая журналистика никуда не исчезла. Она остается фундаментом, на котором строятся все перечисленные специальности: умение работать с информацией, проверять факты и, самое главное, – рассказывать истории. Однако контекст изменился. Сегодня успешный коммуникатор – это гибридный специалист, владеющий цифровыми инструментами, понимающий данные и чувствующий пульс своей аудитории. Именно за этими профессиями, на стыке традиций и инноваций, будущее коммуникационного поля, и именно к овладению этим арсеналом я стремлюсь как будущий специалист.

Вопросы теста:

1. Умение обобщать и делать выводы характерно, прежде всего, для:

- А. Информатора.
- Б. Обозревателя.
- В. Комментатора.
- Г. Рекламодателя.

2. Главное качество журналистской информации – это:

- А. Актуальность.
- Б. Достоверность.
- В. Субъективность.
- Г. Привлекательность.

3. Выберите из характеристик журналистской информации самую важную:

- А. Актуальность.
- Б. Достоверность.
- В. Публицистичность.
- Г. Субъективность.
- Д. Динамичность.



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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. 19 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

4. Какому типу деятельности следует отнести профессию репортера?

- А. Тематическая.
- Б. Организационная.
- В. Жанровая.
- Г. Служебная.
- Д. Аналитическая.

5. Какой социально-исторический тип журналистики не фигурирует в теории?

- А. Демократический.
- Б. Тоталитарный.
- В. Либеральный.
- Г. Маргинальный.
- Д. Традиционный.

6. Какое прилагательное не применяется в теории в связи с понятием «аудитория»?

- А. Потенциальная.
- Б. Активная.
- В. Реальная.
- Г. Фиктивная.
- Д. Первичная.

7. Что, по вашему мнению, не является социальным институтом?

- А. Юриспруденция.
- Б. Коммуникация.
- В. Редакция.
- Г. Аудитория.
- Д. Государство.

8. Что не считается полноценным типом СМИ?

- А. Телевидение.
- Б. Радио.
- В. Газеты.
- Г. Журналы.
- Д. Информационные агентства.

9. Что из нижеперечисленного не является определением «информации»?

- А. Государственная монополия.
- Б. Социально значимые сведения.



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) «Введение в коммуникационные специальности» 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. 20 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	---------------	------------------------	---------------

- В. Основная функция СМИ.
- Г. Один из жанров журналистики.
- Д. Комплекс знаний по интересам.

10. Как наиболее точно определить реакцию аудитории на событие?

- А. Драматизм.
- Б. Ориентация.
- В. Резонанс.
- Г. Информация.
- Д. Сенсация.

11. Какая из функций журналистики меньше остальных оперирует с текстами?

- А. Информационная.
- Б. Коммуникативная.
- В. Организационная.
- Г. Идеологическая.
- Д. Воспитательная.

12. Что не считается профессиональным принципом журналистики?

- А. Креативность.
- Б. Доступность.
- В. Оперативность.
- Г. Объективность.
- Д. Декларативность.

Ключи к ответам: 1 – Б; 2 – Б; 3 – Б; 4 – В; 5 – Г; 6 – Г; 7 – Б; 8 – Д; 9 – А;
10 – В; 11 – В; 12 – Д.

	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) «Введение в коммуникационные специальности» 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. 21 из 23

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Экзамен проводится в один этап. Студент проходит тест. Продолжительность – 90 минут.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

Во время текущей аттестации студент может получить до 60 баллов (посещение занятий, активность во время практических/лабораторных занятий, выполнение заданий). Если студент не набрал 30 баллов за время семестра, то ему предоставляется возможность перед экзаменом предоставить выполненные работы и ответить на вопросы пропущенных занятий.

На экзамене студент может получить до 40 баллов.

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): низкий уровень сформированности компетенций;

50-69 баллов – «удовлетворительно» (3): базовый уровень сформированности компетенций;

70-90 баллов – «хорошо» (4): средний уровень сформированности компетенций;

91-100 баллов – «отлично» (5): высокий уровень сформированности компетенций.

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

экзамен проводится в присутствии преподавателя и предполагает полное прохождение теста. 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

	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) «Введение в коммуникационные специальности» 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. 22 из 23 <table border="1" data-bbox="778 349 1461 398"> <tr> <td>Первый экземпляр _____</td> <td>КОПИЯ № _____</td> </tr> </table>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____		

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: – 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.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

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»:

– обучающийся освоил знания, связанные с содержанием дисциплины;

	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) «Введение в коммуникационные специальности» 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. 23 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

– 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.