

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 17.08.2026 11:57:39

Уникальный программный ключ:

04c19ed80b7012b0e671a400b9ad78806322523



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) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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)

Инфотейнмент и эдьютейнмент

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) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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, Инфотейнмент и эдьютейнмент, 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) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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: *Имиджология*

Семестр (семестры) изучения: *4*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Имиджология» направлено на формирование следующих компетенций:

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



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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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 № _____

		Владеть Для достижения УК-2.2.: Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Знать Для достижения УК-2.3.: Знать особенности проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Уметь Для достижения УК-2.3.: Уметь проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Владеть Для достижения УК-2.3.: Владеть навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
ПК-2.	Способен реализовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	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



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) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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 № _____

		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
--	--	--

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	Знать Для достижения УК-2.1.: Знать теоретические основы принятия решений в сфере	1. Появление и развитие инфотейнмента как	Реферат	проект



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) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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 № _____

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 правовых норм и имеющихся ресурсов	метода подачи информации /Пр/ 2. Особенности использования метода инфотейнмента /Пр/ 3. Арсенал приемов в рамках метода инфотейнмента /Пр/ 4. Виды инфотейнмента /Пр/ 5. Инфотейнмент и современная культура /Пр/ 6. Появление и развитие эдьютейнмента /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) «Инфотейммент и эдьютейммент» 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 № _____

	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	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	7. Особенности использования метода эдьютеймента /Пр/ 8. Виды эдьютеймента /Пр/ 9. Эдьютейммент и современная педагогическая практика /Пр/ 10. История развития инфотеймента /Ср/ 11. Сфера применения инфотеймента /Ср/	Реферат	проект



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) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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 № _____

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	12. Особенности применения эдьютеймента /Ср/ 13. Особенности применения эдьютеймента /ИКР/		
---	--	--	--



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

Реферат

Темы для рефератов:

История развития инфотеймента

Вариация ответа:

1. Введение

Инфотеймент (от англ. infotainment — information + entertainment) — это формат подачи информации, в котором серьезный контент сочетается с развлекательными элементами. Его главная цель — сделать сложные или сухие факты доступными, понятными и привлекательными для массовой аудитории.

Актуальность темы обусловлена тотальной медиатизацией общества и борьбой за внимание аудитории. В условиях информационной перегруженности инфотеймент становится ключевым инструментом коммуникации в журналистике, образовании, маркетинге и политике.

2. Предпосылки возникновения и протоформы инфотеймента

Истоки инфотеймента уходят глубоко в историю, когда информация передавалась в формате, близком к развлечению.

Античность: Барды, сказители и рапсоды (как Гомер), которые пели поэмы о войнах и героях, сочетая исторические факты с мифами и драматическим исполнением.

Средневековье: Выступления шутов при королевских дворах, которые в сатирической форме доносили до монарха правду о положении в государстве. Уличные театры и мистерии, разыгрывавшие библейские сюжеты для неграмотного населения.

XIX век: Появление лубков — народных картинок с простыми и часто юмористическими подписями, которые комментировали быт и политику.



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) «Инфотеймент и эдьютеймент» 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 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Балаганные представления и газетные фельетоны, где острая социальная критика подавалась под видом развлечения.

3. Зарождение инфотеймента в XX веке: эра радио и телевидения
Изобретение массовых медиа дало мощный толчок развитию формата.

1920-1940-е годы: Эра радио. Появление радиодрам и инсценировок, таких как знаменитая передача Орсона Уэллса «Война миров» (1938), показавшая, насколько реалистичная и драматизированная подача информации может воздействовать на массовое сознание.

1950-1970-е годы: Рассвет телевидения.

Советское ТВ: Программа «Клуб веселых и находчивых (КВН)» (с 1961 г.) — классический пример инфотеймента, где через юмор и сатиру доносились социальные и идеологические messages.

Западное ТВ: Программа «Сегодня вечером» (The Tonight Show) и ее аналоги, где новости и интервью с серьезными гостями перемежались юмористическими скетчами и музыкальными номерами.

4. Расцвет формата (конец XX - начало XXI века)

В этот период инфотеймент становится доминирующим форматом на глобальном телевидении.

Ток-шоу: Программы вроде «Опыт Оперы» (The Oprah Winfrey Show) превратили обсуждение личных, социальных и психологических проблем в масштабное зрелище.

Новости в формате инфотеймента: Появление каналов с 24-часовым новостным циклом (CNN, затем Fox News, Russia Today) привело к тому, что новости стали «шоу». Акцент сместился на:

Драматизацию: Эмоциональные репортажи, пафосные интонации ведущих.

Визуальные эффекты: Графика, заставки, музыкальное сопровождение.

Персонификацию: Создание «звезд» среди ведущих-комментаторов.



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) «Инфотеймент и эдьютеймент» 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 № _____

Гибридные форматы:

Reality-шоу («За стеклом», «Большой брат»), стиравшие грань между реальной жизнью и постановкой.

Документалистика: Творчество Майкла Мура, где документальное кино превращается в острое политическое шоу с элементами сатиры и провокации.

5. Инфотеймент в цифровую эпоху

С приходом интернета и социальных сетей инфотеймент эволюционировал и стал тотальным.

Блоги и YouTube: Появление блогеров-популяризаторов (как Vsauce, Kurzgesagt, в Рунете — «Простая наука»), которые объясняют сложные научные концепции с помощью анимации и ярких визуальных метафор.

Социальные сети (Instagram, TikTok, YouTube Shorts):

Подача информации в формате коротких, ярких видеороликов с динамичным монтажом, музыкой и субтитрами.

Мемы как инструмент политической и социальной сатиры.

Образовательные и новостные аккаунты, которые вынуждены использовать инфотеймент-техники, чтобы удержать внимание аудитории.

Подкасты: Многие успешные подкасты (например, «Психология с Петром»), где эксперты обсуждают серьезные темы в неформальной, разговорной манере.

Технология создания инфотеймента

История развития эдьютеймента

Специфика применения эдьютеймента в современной педагогической практике



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) «Инфотеймент и эдьютеймент» 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 № _____

Разработать стратегию продвижения образовательного проекта, базирующегося на основании приемов инфотеймента и эдьютеймента на одной из платформ:

- 1) ТВ
- 2) Интернет

Вариация ответа:

Стратегия продвижения образовательного проекта «НаукаВживую»

Цель проекта: Сделать сложные научные концепции (физика, биология, история) доступными и увлекательными для аудитории 12-35 лет через формат инфотеймента и эдьютеймента.

Целевая аудитория:

Ядро: Школьники и студенты (12-22 года)

Периферия: Молодые взрослые, интересующиеся самообразованием (23-35 лет)

Платформа: YouTube + поддерживающие социальные сети (Telegram, VK, TikTok).

Концепция контента (Эдьютеймент + Инфотеймент)

1. Основной контент (YouTube):

«Экспериментум» (еженедельно):

Формат: Зрелищные научные эксперименты с объяснением физических и химических процессов.

Инфотеймент-элементы: Динамичный монтаж, экшн-камеры, юмористические комментарии, фоновый саундтрек, челленджи («Построить мост из спагетти за 1 час»).

«Истории впечатлений» (2 раза в месяц):

Формат: Анимированные ролики, объясняющие исторические события через призму личностей.



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) «Инфотеймент и эдьютеймент» 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 № _____

Инфотеймент-элементы: Мемы, современные аналогии, ироничный закадровый голос, стилизация под разные жанры (детектив, триллер, комедия).

«Просто-сложно» (еженедельно):

Формат: Объяснение одной сложной темы (теория относительности, квантовая физика) за 5-7 минут.

Инфотеймент-элементы: Яркая инфографика, метафоры из поп-культуры, интервью с учеными в неформальной обстановке (в кафе, на скамейке в парке).

2. Поддерживающий контент (соцсети):

TikTok/Reels: Вертикальные видео-версии самых зрелищных моментов экспериментов, интересные факты, викторины.

Telegram/VK:

Глубокие статьи по теме роликов.

«Научный юмор» — мемы и гифки по тематике.

Анонсы эфиров, опросы, интерактивы.

Стратегия продвижения (на 6 месяцев)

Этап 1: Подготовка и запуск (1 месяц)

Производство контентного буфера:

Снять и смонтировать 5-7 пилотных выпусков для YouTube.

Подготовить 20-30 коротких видео для TikTok.

Написать 10-15 постов для Telegram/VK.

Создание и оформление сообществ:



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) «Инфотеймент и эдьютеймент» 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 № _____

Единый стиль аватарок, шапок, описаний.

Настроить «Витрину» канала на YouTube (плейлисты, оформление главной страницы).

Техническая подготовка:

Настроить аналитику (YouTube Analytics, Яндекс.Метрика).

Составить контент-план на 3 месяца.

Этап 2: Набор первоначальной аудитории (2-3 месяц)

Коллаборации с микро- и макро-инфлюенсерами:

Микро-инфлюенсеры (10-50к подписчиков): Обзоры на каналы о науке, учебе, хобби. Формат — «топ образовательных каналов».

Макро-инфлюенсеры (100к+): Совместные ролики-эксперименты, интервью. Фокус на инфотеймент-блогах (как «Простая наука», «KREOSAN»).

Контекстная и таргетированная реклама:

YouTube: Промо пилотных роликов на аудиторию, интересующуюся наукоппом, образованием, экспериментами.

ВКонтакте/TikTok: Таргет на школьников, студентов, родителей. Креативы — самые зрелищные моменты из роликов.

Участие в партнерских программах:

Подключение к медиасети (например, VSP Group).

Участие в образовательных фестивалях (онлайн и оффлайн).

Этап 3: Активный рост и удержание (4-6 месяц)



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) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Запуск интерактивных активностей:

Конкурсы: «Предложи эксперимент» — пользователи голосуют за идею, лучшую реализуем в эфире.

Прямые эфиры: «Научный стендап» — ответы на вопросы, обсуждение новостей науки.

Квизы и викторины в соцсетях с призами от партнеров (книги, наборы для опытов).

SEO-продвижение YouTube-канала:

Составление SEO-оптимизированных заголовков, описаний, тегов.

Создание «вечнозеленого» контента (тематики, не теряющие актуальность).

Развитие комьюнити:

Создание Discord-сервера для общения фанатов.

Вовлечение через пользовательский контент (UGC) — «проведи этот опыт дома и выложи видео с хештегом #НаукаВживую».

Запуск серийного контента:

«Расследование Науки» — детективный сериал, где каждая серия раскрывает одну научную загадку.

Формирование привычки у аудитории ждать новый эпизод.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачет по дисциплине в 4 семестре выставляется по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам собеседования

 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) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

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:



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) «Инфотейнмент и эдьютейнмент» 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 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

– 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.