

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине

**«Медиаэкономика»**

по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**ЧИТА 2017**

**1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

| Семестр \ Наименование дисциплины  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|
| <b>ОК-3</b> Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности            |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Б1.В.ДВ.5.1<br>Медиаэкономика  |   |   |   |   |   | + |   |   |
| Б1.Б9 Экономика  | + |   |   |   |   |   |   |   |
| Б1.В.ДВ.5.2 Региональная бюджетная политика  |   |   |   |   |   | + |   |   |
| Б3. Государственная итоговая аттестация  |   |   |   |   |   |   |   | + |
| Этапы формирования компетенций   | 1 |   |   |   |   | 3 |   | 4 |
| <b>ПК-2</b> Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Б1.В.ДВ.5.1<br>Медиаэкономика  |   |   |   |   |   | + |   |   |
| Б1.Б19 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью   |   |   |   |   |   |   |   | + |
| Б1.Б24 Коммуникативные основы брендинга  |   |   |   |   |   |   | + | + |
| Б1.Б25 Теория и практика создания имиджа   |   |   |   |   |   |   | + | + |
| Б1.Б26 Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью  |   |   |   |   | + | + | + |   |
| Б1.Б31 Основы репутационного менеджмента   |   |   |   |   |   | + |   |   |
| Б1.В.ДВ.5.2 Региональная бюджетная политика  |   |   |   |   |   | + |   |   |
| Б1.В.ДВ.11.2<br>Планирование и осуществление коммуникативных кампаний и мероприятий                              |   |   |   |   |   |   | + |   |
| Б3. Государственная итоговая аттестация  |   |   |   |   |   |   |   | + |
| Этапы формирования компетенций   |   |   |   |   | 1 | 2 | 3 | 4 |

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

| <b>Индекс компетенции</b> | <b>Компетенция</b>   | <b>Компоненты</b>  |
|---------------------------|--|--|
| ОК-3                      | Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | Знание основ экономических регуляторов и факторов деятельности предприятий СМИ с разными формами собственности |
|                           |  | Умение анализировать и применять на практике экономические аспекты функционирования СМИ                        |
|                           |  | Применяет виды и формы экономической работы в своей профессиональной деятельности в сфере медиабизнеса         |

В рамках данной дисциплины формируется компетенция ОК-3

| <b>Индекс компетенции</b> | <b>Компетенция</b>   | <b>Компоненты</b>   |
|---------------------------|--|---|
| ПК-2                      | Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы | Способен составить бизнес-план редакции печатного и электронного СМИ и грамотно осуществлять бюджетирование                                     |
|                           |  | Способен оценивать риски, прошлый опыт и составлять краткосрочные и долгосрочные планы своей профессиональной деятельности и деятельности фирмы |

В рамках данной дисциплины формируется компетенция ПК-2

### 2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования (промежуточная аттестация)

| Компетенции | Показатели | Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП |                                     |                                      | Оценочное средство |
|-------------|------------|---|-------------------------------------|--------------------------------------|--------------------|
|             |            | пороговый (удовлетворительно)<br>55-69 баллов | стандартный (хорошо)<br>70-84 балла | эталонный (отлично)<br>85-100 баллов |                    |
|             |            |   |                                     |                                      |                    |

|      |         |  |  |   |  |
|------|---------|--|--|---|--|
| ОК-3 | Знать   | Экономическую историю мировых СМИ.<br>Суть экономических процессов и экономических отношений в медиасфере.   | Экономические регуляторы и факторы деятельности предприятий СМИ с разными формами собственности.   | Экономические аспекты функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных и журнальных редакций, теле, - радиокompаний, финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности).   | Контрольная работа                         |
|      | Уметь   | Выполнять функции менеджмента в коллективах СМИ в рамках своих должностных обязанностей.   | Разбираться в основах менеджмента редакционного коллектива в целом и применять умения на практике  | Составить бюджет редакционного коллектива.<br>Выстроить плоскую и вертикальную структуры построения редакционных коллективов.   | Индивидуальное творческое задание          |
|      | Владеть | Умением выполнять функции менеджмента в коллективах СМИ в рамках своих должностных обязанностей.<br>Разбираться в основах менеджмента редакционного коллектива в целом | Методикой составления бюджета редакционного коллектива.<br>Умением выстроить плоскую и вертикальную структуры построения редакционных коллективов. | Знанием создания в коллективе правовых и моральных принципов взаимоотношений, умением правильно распределить обязанности между работниками.<br>Навыками составления бизнес-плана редакции печатного и электронного СМИ и умением грамотно осуществлять бюджетирование | Дискуссия с приглашением руководителей СМИ |
| ПК-2 | Знать   | Виды и формы экономической работы в своей профессиональной деятельности в сфере медиабизнеса.  | Принципы взаимоотношений в редакционном коллективе Способы и методы организационной работы в редакционном коллективе.                              | Весь комплекс экономических и финансовых особенностей работы редакционного коллектива.<br>Пути повышения эффективности экономической составляющей в деятельности любого СМИ.  | Собеседование                              |

|  |         |   |  |  |  |
|--|---------|---|--|--|--|
|  | Уметь   | Создать в коллективе правовые и моральные принципы взаимоотношений, правильно распределить обязанности между работниками. | Составить бизнес-план редакции печатного и электронного СМИ и грамотно осуществлять бюджетирование   | Осуществить в полном объеме функции редактора, менеджера, организатора рекламной кампании и др. в рамках должностных обязанностей. Обеспечить грамотное продвижение информационной продукции к потребителю.  | Круглый стол с приглашением руководителей СМИ. |
|  | Владеть | Способностью выполнить любую работу в области менеджменты СМИ на хорошем уровне.  | Способностью возглавить печатное или электронное СМИ и грамотно осуществлять его менеджмент. Возможностью возглавить создание бизнес-плана СМИ, его осуществление и борьбу на информационном рынке за его процветание. Возглавить печатное или электронное СМИ и грамотно осуществлять его менеджмент. Возможностью возглавить создание бизнес-плана СМИ, его осуществление и борьбу на информационном рынке за его процветание. | Умением создать дееспособный творческий коллектив и добиться его финансового успеха. Способностью возглавить составление бюджета и осуществление грамотного и эффективного бюджетирования печатного и электронного СМИ, организовать маркетинговые исследования в любой сфере медиабизнеса | Дискуссия с обсуждением вопросов               |

## ***2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости***

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях.

| № п/п | Контролируемые разделы (темы) дисциплины*    | Код контролируемой компетенции (или ее части) | Наименование оценочного средства** |
|-------|--|---|------------------------------------|
| 1     | Экономическая история мировых СМИ            | ОК-3  | Тестирование                       |
| 2     | СМИ как отрасль современной экономики        | ОК-3  | Контрольная работа                 |
| 3     | Движущие силы развития медиабизнеса          | ОК-3  | Эссе                               |
| 4     | Концентрация в индустрии СМИ                 | ОК-3  | Реферат                            |
| 5     | Финансовое управление на медиапредприятиях   | ПК-2  | Коллоквиум                         |
| 6     | Медиапланирование                            | ПК-2  | Выполнение кейса                   |
| 7     | Маркетинг СМИ                                | ПК-2  | Решение ситуационных задач         |
| 8     | Медиарынок в современных российских условиях | ПК-2  | Реферат                            |

### **2.3. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется 4-балльная шкала.

#### **Основные виды систем оценивания**

| Европейская | 100-балльная | 4-балльная        | 2-балльная |
|-------------|--------------|-------------------|------------|
| A           | 94-100       | отлично           | зачтено    |
| A-          | 90-94        |                   |            |
| B+          | 85-89        |                   |            |
| B           | 80-84        | хорошо            |            |
| B-          | 75-79        |                   |            |
| C+          | 70-74        |                   |            |
| C           | 65-69        | удовлетворительно |            |
| C-          | 60-64        |                   |            |

|   |       |                     |            |
|---|-------|---------------------|------------|
| D | 55-59 |                     |            |
| F | 50-54 | неудовлетворительно | не зачтено |

| <i>Шкала оценивания</i> | <i>Критерии оценивания</i>  | <i>Уровень освоения компетенций</i> |
|-------------------------|---|-------------------------------------|
| <i>«зачтено»</i>        | Студент свободно ориентируется в сути поставленных вопросов, отвечает уверенно с использованием примеров, предметно показывает полученные умения и навыки в журналистской работе  | <i>Эталонный</i>                    |
|                         | При ответах на вопросы студент в основном правильно формулирует проблему, отвечает в большинстве своём уверенно, однако некоторые термины и понятия излагает произвольно, отходя от сути вопроса  | <i>Стандартный</i>                  |
|                         | Студент на большинство вопросов отвечает правильно, однако по некоторым из них отвечает неуверенно, ждёт наводящие вопросы, надолго задумывается, вспоминая усвоенный материал  | <i>Пороговый</i>                    |
| <i>«не зачтено»</i>     | Большинство вопросов студентом или освещено неверно или проигнорировано. При ответах он старается обойти поставленные вопросы, не отвечает прямо, уходит в рассуждения, которые никак не связаны с поставленными вопросами, демонстрирует беспомощность и растерянность | <i>Компетенции не сформированы</i>  |

**3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

### *3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости*

| <b>№ п/п</b> | <b>Контролируемые разделы (темы) дисциплины</b> | <b>Наименование оценочного средства</b>  |
|--------------|---|--|
| 1            | Экономическая история мировых СМИ               | <u>Составляется портфолио по следующей структуре:</u><br>1. Индустрия СМИ в системе рыночных отношений.<br>2. Становление индустрии СМИ: основные факторы.<br>3. СМИ как индустрия свободного времени.<br>4. СМИ в системе креативных индустрий. |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   |  | <p>5. Основные тенденции развития современной медиаиндустрии.</p> <p>Ожидаемый результат: студенты должны показать хорошие знания в сфере истории и теории экономики СМИ.</p>   |
| 2 | СМИ как отрасль современной экономики.           | <p><u>Коллоквиум по следующим вопросам:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Спрос на современном рынке СМИ.</li> <li>2. Процессы коммодификации содержания и аудитории.</li> <li>3. Глобализация СМИ.</li> <li>4. Понятие и компоненты бизнес-модели в медиабизнесе.</li> </ol>   |
| 3 | Экономические принципы редакционной деятельности | <p><u>Дискуссия с приглашением руководителей СМИ. В основе – следующие проблемы:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента.</li> <li>2. Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика редакции.</li> <li>3. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы редакционной деятельности.</li> <li>4. Менеджмент и управление редакционным коллективом. Уровни менеджмента в редакции.</li> <li>5. Экономические методы управления коллективом. Менеджмент и организация редакционной деятельности.</li> </ol> <p>Ожидаемый результат: совместно с руководителями СМИ детально разобраться с принципами редакционной экономической деятельности.</p> |
| 4 | Журналистика и экономический фактор              | <p><u>Коллоквиум на темы:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Массовая информация как товар на информационном рынке.</li> <li>2. Информационный рынок: закономерности его формирования и развития.</li> <li>3. Аспекты и структура информационного рынка.</li> </ol>  |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   |   | <p>Ожидаемый результат: понять связь журналистики и экономики как взаимодействующих факторов.</p>   |
| 5 | <p>Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса</p> | <p><u>Рабочая тетрадь по следующей структуре:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Правовые предпосылки отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции.</li> <li>2. Экономические предпосылки.</li> <li>3. Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием.</li> <li>4. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса.</li> </ol> <p>Ожидаемый результат: уяснение правовых и экономических форм организации медиабизнеса.</p>  |
| 6 | <p>Финансовый капитал на информационном рынке</p>                         | <p><u>Круглый стол с приглашением руководителей СМИ. В основе дискуссии следующие вопросы:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы редакционно-издательского маркетинга. Его особенности, цели, задачи, направления.</li> <li>2. Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши.</li> <li>3. Исследование рынка покупателей.</li> <li>4. Конкуренция и конкурентные ситуации.</li> <li>5. Методы маркетинга, его редакционная служба.</li> </ol> <p>Ожидаемый результат: как можно глубже познакомиться с финансовой деятельностью редакции, выяснить проблемы в данной сфере.</p> |
| 7 | <p>Финансовая политика редакции и компании</p>                            | <p><u>Круглый стол с приглашением редакционных финансистов. Выяснение следующих вопросов:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Финансовая база издания. Уставный фонд редакции. Основные и оборотные средства.</li> <li>2. Бюджет редакции периодического издания. Бюджет и баланс редакции, их структура. Расходная и доходная части</li> </ol>   |

|   |                                       |  |
|---|---------------------------------------|--|
|   |                                       | <p>бюджета.</p> <p>3.Тиражная политика редакции.</p> <p>4.Реклама в периодическом издании.</p> <p>5. Ценовая политика редакции, ее направления.</p> <p>6.Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль, возможность ее использования.</p> <p>7.Бюджет телерадиокомпаний и информационного агентства.</p> <p>8.Бизнес-план редакции, телерадиокомпаний и информационного агентства как продолжение их бюджета.</p> <p>Ожидаемый результат: предметно и конкретно понять финансовую политику редакции и её сложности.</p>  |
| 8 | Основы редакционного менеджмента      | <p><u>Коллоквиум по следующим вопросам:</u></p> <p>1.Производственный менеджмент. Службы редакционного менеджмента.</p> <p>2. Менеджмент и редакция: ее величина и состав.</p> <p>3.Кадровая политика редакции.</p> <p>4.Менеджмент и структура редакционного коллектива.</p> <p>5.Организационные принципы редакционной деятельности.</p> <p>6.Менеджмент и управление редакционным коллективом. Уровни менеджмента в редакции.</p> <p>7.Экономические методы управления коллективом.</p> <p>8.Менеджмент и организация редакционной деятельности.</p> <p>Ожидаемый результат: получить глубокие знания по основам редакционного менеджмента.</p> |
| 9 | Экономические основы труда журналиста | <p><u>Дискуссия с обсуждением следующих вопросов:</u></p> <p>1.Журналист в редакционном коллективе. Мотивация его труда: творческая, идейная, экономическая.</p> <p>2. Повышение профессиональных требований к журналистам. Сочетание универсальности со специализацией.</p> <p>3. Новые типы журналистской специализации. Требования новой техники. Интенсификация труда журналиста. Возрастание нагрузки,</p>  |

|    |   |  |
|----|---|--|
|    |   | <p>значение организации работы. Повышение ответственности журналиста.</p> <p>4.Экономические методы управления трудом журналиста. Система материальных и моральных форм и методов стимулирования сотрудника редакции. Формы взыскания.</p> <p>5.Творческая конкуренция в редакции. 6.Изменение характера трудовых отношений между руководителями редакции и сотрудниками. Проблемы социальной защиты журналистов в новых условиях.</p> <p>Ожидаемый результат: с помощью дискуссии выяснить, как понимают будущие журналисты экономические основы труда.</p>   |
| 10 | Привлекательность издания на информационном рынке | <p><u>Коллективный выход в одну из редакций газеты для выяснения следующих вопросов:</u></p> <p>1.Имидж газеты, журнала и промоушнл.</p> <p>2.Особенности моделирования издания, соотношение новостей, анализа и проблем.</p> <p>3.Название издания – его фирменное имя.</p> <p>4.Укрепление связей газеты с ее читателями, в расширении и закреплении читательской аудитории.</p> <p>5.Работа с редакционной почтой, массовые мероприятия, их экономический эффект.</p> <p>6.Дизайн как одна из предпосылок популярности издания.</p> <p>7.Система технического оснащения редакции. Выбор средств новой техники.</p> <p>Ожидаемый результат: с помощью практических работников глубоко разобраться в том, что составляет привлекательность издания у аудитории.</p> |
| 11 | Коммерческая деятельность редакции                | <p><u>Портфолио по следующим вопросам:</u></p> <p>1.Коммерческая часть редакционного коллектива, ее подразделения.</p> <p>2.Редакционные и приредакционные</p>   |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <p>структуры. Редакционные: экспедиция и отдел распространения, отделы рекламы, объявлений, книжная редакция, информагентство, бухгалтерия и др.</p> <p>3.Редакционное издательство, его значение и структура.</p> <p>4.Управление коммерческой деятельностью редакции. Коммерческий директор. Финансовый директор.</p> <p>5.Приредакционные структуры. Малые предприятия. Совместные предприятия. Рекламное агентство. Сервисные и производственные предприятия. Правовые и экономические основы их отношения с редакцией.</p> <p>6.Формы и методы коммерческой деятельности редакции. Ее значение для печатного издания.</p> <p>Ожидаемый результат: выявить степень знания у студентов в заданной форме деятельности редакционных коллективов.</p> |
|--|--|---|

### ***3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации***

Вопросы к зачету по дисциплине:

- 1.Экономические основы труда журналиста.
- 2.Требования к современному журналисту, интенсификация его труда.
- 3.Принципы акционирования СМИ: Закон «О СМИ» об акционировании.
- 4.Основы работы редакции с рекламодателями, понятие эффективности рекламы.
5. Информация как товар, рынок и журналистика.
- 6.Закон «О СМИ» как регулятор отношений учредителя, издателя и редакции.
7. Формы собственности в газетно-журнальном бизнесе.
8. Редакционно-издательский маркетинг, методы исследования рынка.
- 9 Рабочая сила на информационном рынке.
- 10.Особенности издательского рынка, наиболее востребованные специальности.
- 11..Рынок информации и идей.
- 12..Распространение издательской продукции, формы и методы.
- 13.Читательская аудитория и рынок потребителей.
- 14.Планирование редакционно-издательского маркетинга.
- 15.Рынок финансов, взаимоотношение издателей и банков.
- 16.Бюджет издания и его структура.
- 17.Эффективная тиражная политика: структура и составляющие эффективности.
- 18.Рекламная политика, виды рекламы.
- 19.Издательская деятельность, составляющие успеха.
- 20.Издательские дома, их предназначение и формы деятельности.

21. Коммерческая деятельность СМИ.
22. Прибыль издания, пути достижения рентабельности.
23. Расгосударствление СМИ, смысл и задачи.
24. Методы дотирования и спонсорство в издательском деле.
25. Финансовые магнаты на российском информационном рынке.
2. Требования к современному журналисту, интенсификация его труда.
3. Принципы акционирования СМИ: Закон «О СМИ» об акционировании.
4. Основы работы редакции с рекламодателями, понятие эффективности рекламы.
5. Информация как товар, рынок и журналистика.
6. Закон «О СМИ» как регулятор отношений учредителя, издателя и редакции.
7. Формы собственности в газетно-журнальном бизнесе.
8. Редакционно-издательский маркетинг, методы исследования рынка.
9. Рабочая сила на информационном рынке.
10. Особенности издательского рынка, наиболее востребованные специальности.
11. Рынок информации и идей.
12. Распространение издательской продукции, формы и методы.
13. Читательская аудитория и рынок потребителей.
14. Планирование редакционно-издательского маркетинга.
15. Рынок финансов, взаимоотношение издателей и банков.
16. Бюджет издания и его структура.
17. Эффективная тиражная политика: структура и составляющие эффективности.
18. Рекламная политика, виды рекламы.
19. Издательская деятельность, составляющие успеха.
20. Издательские дома, их предназначение и формы деятельности.
21. Коммерческая деятельность СМИ.
22. Прибыль издания, пути достижения рентабельности.
23. Расгосударствление СМИ, смысл и задачи.
24. Методы дотирования и спонсорство в издательском деле.
25. Финансовые магнаты на российском информационном рынке.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

##### ***4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов***

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

| Наименование оценочного средства | Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения |
|----------------------------------|---|
|----------------------------------|---|

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| Индивидуальное творческое задание | Выдаётся исходя из возможностей и способностей студента к теоретическому анализу и практической работе. Студент должен в указанный срок подготовить реферат по теоретической проблеме или публикацию по определённому жанру или по группе жанров. Выполненное задание выдаётся преподавателю на проверку и затем совместно со студентом проводится анализ выполненной работы и выставляется оценка |
| Дискуссия                         | Проводится во время практических занятий преимущественно в форме «круглого стола». Для этого заранее определяется перечень дискуссионных вопросов, проблем и рекомендуется соответствующая литература. Нередко на дискуссию приглашается кто-то из руководителей СМИ или ведущих журналистов региона   |
| Доклад                            | Доклады готовятся заранее по обозначенной преподавателям теме, затем на практическом занятии происходит их защита. Регламент доклада как правило не превышает 10 минут. Затем идёт коллективное обсуждение доклада, студенты что-то уточняют, с чем-то не соглашаются – преподаватель в это время старается не вмешиваться. После обсуждения преподаватель подводит итоги                          |
| Коллоквиум                        | Проводится по группам студентов в форме вопрос-ответ. Ожидаемый результат: четкость, уверенность и знания студентов по всем предлагаемым вопросам.   |
| Контрольная работа                | Определяется ряд тем для контрольной работы, и в рамках практического занятия студенты в письменном виде раскрывают тему. При оценке работы учитывается, как студенты показали глубину знаний по данным темам и широту собственных взглядов на данные проблемы, поставленные в вопросах.   |
| Компьютерное тестирование         | Проводится по освоению разделов дисциплины во время практических занятий. При этом не разрешено пользоваться справочными материалами, учебниками и конспектами. Предварительно до студентов доводятся темы тестирования, правила тестирования и количество заданий во время выполнения   |
| Собеседование                     | Проводится со студентами на практических занятиях индивидуально или по группам. Предлагаются темы для обсуждения и студенты отвечают на поставленные вопросы. Преподаватель оценивает ответы каждого студента по обычной методике.   |

#### ***4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации*** ***Зачет***

При определении уровня достижений обучающихся на зачете учитывается:

- знание программного материала и структуры дисциплины;

- знания, необходимые для решения типовых задач, умение выполнять предусмотренные программой задания;
- владение методологией дисциплины, умение применять теоретические знания при решении задач, обосновывать свои действия.

Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать индивидуальный балл студента по дисциплине по результатам текущего контроля, реализуемого в форме балльно-рейтинговой системы оценивания, т.к. оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Преподаватель высчитывает индивидуальный балл как сумму баллов текущего и итогового контроля.

| Европейская | 100-балльная | 4-балльная          | 2-балльная |
|-------------|--------------|---------------------|------------|
| A           | 94-100       | отлично             | зачтено    |
| A-          | 90-94        |                     |            |
| B+          | 85-89        |                     |            |
| B           | 80-84        | хорошо              |            |
| B-          | 75-79        |                     |            |
| C+          | 70-74        |                     |            |
| C           | 65-69        | удовлетворительно   |            |
| C-          | 60-64        |                     |            |
| D           | 55-59        |                     |            |
| F           | 50-54        | неудовлетворительно |            |

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета на основе балльно-рейтинговой системы оценивания, то обучающийся сдает зачет, который проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов. Перечень теоретических вопросов обучающиеся получают в начале семестра.

Подготовил доцент кафедры журналистики и СО канд. ист. Наук Тихомиров В.А.