

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

Д. Ю. Баланев

Оценочные материалы по дисциплине

Теория и практика массовой информации

по направлению подготовки / специальности

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:

**Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Специалист по рекламе и связям с общественностью**

Год приема

**2024**

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И.В. Гужова

Председатель УМК

М.А. Подойницина

Томск – 2024

## **1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-5.1 Знает структуру медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, понимает политические и экономические механизмы их функционирования

РООПК-5.2 Умеет выбирать эффективные медиаканалы и средства для выстраивания рекламных и (или) PR-коммуникаций с учетом особенностей медиакоммуникационных систем региона, страны, мира, а также политических и экономических механизмов их функционирования

## **2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания**

Элементы текущего контроля:

- анкетирование;
- офф-лайн дискуссия;
- выступление с докладом на семинаре;
- интеллект-карта;
- выполнение домашних работ и обсуждение результатов;
- вопросы экспертам;
- итоговый кейс;
- эссе.

### **Входная анкета (РООПК-5.1)**

#### **ПЕРВЫЙ БЛОК.**

Самооценка на старте — выберите наиболее близкие вам утверждения

Каковы ваши отношения с журналистикой? (выбери вариант ответа)

- Слежу за новостями постоянно на сайтах изданий и медиацентров.
- Читаю, смотрю, слушаю, но не регулярно, и скорее за тем, что соцсети принесут.
- Не читаю, не смотрю, не слушаю.

Принципы и процесс журналистской деятельности мне... (выбери вариант ответа)

- отлично известны, могу объяснить словами.
- скорее интуитивно понятны.
- непонятны совсем.

#### **ВТОРОЙ БЛОК.**

Понятия и термины

Информация — это... (продолжи предложение)

(впиши свой ответ)

Перечислите виды информации.

(впиши свой ответ)

СМИ (средства массовой информации) - это... (продолжи предложение)

(впиши свой ответ)

Медиа — это... (продолжи предложение)

(впиши свой ответ)

Перечисли максимальное количество видов медиатеатральности, которое вспомнишь.

(впиши свой ответ)

Какие виды СМИ ты знаешь?

(впиши свой ответ)

Отметь функции, которые принадлежат журналистике:

(выбери варианты ответа)

- информационная
- рекламно-справочная
- рекламная
- просветительская
- образовательная
- воспитательная
- идеологическая
- коммуникативная
- организационная

Какие жанры журналистики тебе известны? (перечисли сначала те, которые способен создать, а затем те, о которых слышал)

(впиши свой ответ)

Сформулируйте, в чем отличие деятельности журналиста от деятельности специалиста по связям с общественностью?

(впиши свой ответ)

Сформулируйте, в чем сходство работы журналиста и специалиста по связям с общественностью

(впиши свой ответ)

### ТРЕТИЙ БЛОК.

Цели и ожидания

Курс длится один семестр, и хотелось бы, чтобы каждому он принес определенную пользу. Для этого прошу выбрать из вариантов практической деятельности те, что вам наиболее полезны и интересны. Виды работ будут в любом случае, но их количество будет зависеть от вашего выбора.

Первый приоритет: что меня больше привлекает в качестве практической деятельности по курсу?

(выбери вариант ответа)

- написание журналистского материала (сбор информации, работа с текстом)
- создание группового журналистского проекта
- знакомство с современными мультимедийными инструментами упаковки информации
- выступление с докладами по теоретическим вопросам

Второй приоритет: что меня больше привлекает в качестве практической деятельности по курсу?

(выбери варианты ответа)

- написание журналистского материала (сбор информации, работа с текстом)
- создание группового журналистского проекта
- знакомство с современными мультимедийными инструментами упаковки информации
- выступление с докладам по теоретическим вопросам

Сформулируйте ваш профессиональный интерес и учебную цель в данной дисциплине. Чему бы вы хотели научиться? О чем узнать больше? С какими вопросами разобраться?

(впиши свой ответ)

Благодарю за работу!

Входная анкета оформлена в виде облачного онлайн-опросника.

Критерии оценивания. Факт заполнения анкеты оценивается в 1 балл. За развернутые продуманные ответы на открытые вопросы анкеты студенты могут получить дополнительный балл. На заполнение студентам дается 2 недели с начала курса.

### **Онлайн-дискуссия «Мы то, что мы видим» (РООПК-5.1)**

Перейдите по ссылке, познакомьтесь с игрой «Мы то, что мы видим». Напишите комментарий-размышления и разместите его в форуме. Прочитайте комментарии ваших коллег, прокомментируйте наиболее интересные и содержательные размышления.

Критерии оценивания. Максимальной количество баллов — 3: наличие комментария в форуме — 1 балл, комментарии на размышления других студентов (минимум 2) — 1 балл, первые 3 работы, набравшие большее количество комментов получают еще 1 балл.

### **Групповой доклад (РООПК-5.1)**

Типовые темы докладов:

- Возможные темы для докладов на семинаре:
- Медиа и массовая коммуникация.
- Книга как медианоситель.
- Телеграф, телефон, фотоаппарат и фонограф.
- Особенность кино, как медиа.
- Специфика радио и телевидения как медиаиндустрий.
- Основные каналы медиакоммуникаций: современный этап.
- Институты контроля массовых коммуникаций.
- Медиаизменения в связи с экономическим и политическим развитием обществ.

Критерии оценивания. Максимум за выступление 15 баллов (логика, полнота, визуал, подача — 8-12 баллов; соблюдение организационных условий — 2 балла; дополнительный балл дается команде за блестящее выступление).

### **Семинар «Коммуникативная и трансляционная модели взаимодействия с аудиторией» (РООПК-5.1)**

Посмотрите видеолекцию «СМИ и медиа», добавьте на онлайн-доску ссылку на одного представителя СМИ, использующего трансляционную модель взаимодействия, и на одного, использующего коммуникационную модель взаимодействия с аудиторией. В аудитории аргументируйте свой выбор и назовите признаки модели, соответствующей вашему выбору.

Критерии оценивания. Максимальное количество 6 баллов: за добавление ссылок на онлайн-доску студенты получают по 2 балла, за представление, аргументацию и участие в дискуссии в аудитории еще 2 балла.

### **Создание интеллект-карты «Журналистика и массмедиа». Контрольная точка (РООПК-5.1)**

С помощью инструмента mindomo составьте интеллект-карту. Ссылку на карту разместите в соответствующем элементе ЭУК. Проверьте, все ли критерии выполнены.

Критерии оценивания. Максимальная оценка за задание — 15 баллов. Критериальная таблица размещена в соответствующем элементе ЭУК:

1. Основные ветки (главные темы) с разветвлениями: 3-6 веток = 1 балл, 7 и более = 2 балла.
2. Фотографии/иллюстрации: до 6 = 1 балл, 7 и более = 2 балла.
3. Видео: 1-2 = 1 балл, 3 и более = 2 балла.
4. Пояснения: 7 = 1 балл, 8 и более = 2 балла.
5. Ссылки на кейсы, примеры, внешние ресурсы: до 3 - 1 балл, 4 и более = 2 балла.
6. Стилистическое визуальное единство (единая цветовая гамма, шрифтовое единство и иерархия, единство визуальных элементов) = 3 балла (максимум).

**Создание медиа-продукта «Текст в мультимедийной среде» (альтернативные домашние задания с дальнейшим обсуждением в аудитории: слайдер, тест, тайм-линия, чек-лист и пр.) РООПК-5.2**

«Это задание имеет альтернативный способ набора баллов. Вы можете выполнить одно из ниже размещенных заданий, освоив мультимедийные инструменты или особенности работы с поликодовым текстом:

Поликодовый текст (фото + подпись) — 15 баллов.

Слайдер «было-стало» / чек-лист — 5 баллов.

Тайм-линия / тест / викторина — 10 баллов.»

Критерии оценивания. Минимальное количество баллов за эту активность — 10 баллов, максимальное 25. Баллы выставляются за факт выполненного задания. Данный вид работы является творческим, поскольку целью задания является освоение инструмента, а не контроль за выполнением, допущенные ошибки обсуждаются, но не влияют на полученный балл.

### **Цикл упражнений «Приёмы письма» (РООПК-5.2)**

Посмотрите видеолекцию, размещенную в ЭУК.

«ЗАДАНИЕ:

Вам потребуются ваши распечатанные тексты (комментарии к игре, подписи к фотографиям, другие ваши ранее написанные тексты) и маркеры разных цветов.

1. Посмотреть лекцию.
2. Выполнить упражнения, предложенные в лекции, на своих текстах.
3. Отследить свои текстовые привычки, присмотреть себе новые привычки, перестроить тексты.
4. В форуме для практических работ разместить скрин работы с текстом и краткий анализ открытий и находок, а также, ваши выводы по проделанной работе.

Всем инсайтов!»

Критерии оценивания. Максимальная оценка за задание 6 баллов: 3 балла — наличие скрина или фотографии текст с проделанными упражнениями; 3 балла — краткий комментарий-аналитика по проделанной работе.

### **Встречи с экспертами (РООПК-5.1)**

6/10

«В ходе курса организованы встречи с экспертами из медиаотрасли, специалистами томских редакций, пресс-служб.

Продолжительность встреч — 40 минут. 7-10 минут приглашенные специалисты расскажут о своей работе, о специфике деятельности, об опыте. Остальные 30 минут будут отвечать на ваши вопросы. К встречам нужно подготовиться, составив вопросы.

Баллы за присутствие восстановить невозможно. Баллы активности можно восполнить, посмотрев видеозаписи встреч, проанализировав их и разместив развернутый комментарий в форуме «Поговорим о...».

Критерии оценивания. Максимальная оценка за активность 10 баллов: 2 балла выставляются за присутствие (1 балл за 2 встречи), 8 баллов за активность и задаваемые вопросы (можно получить по 2 балла на каждой из встреч).

### **Дополнительное задание по выбору «Блэкаут» (РООПК-5.1)**

«На три часа вы должны отключить все электронные устройства и ничего не смотреть, не слушать, не читать. Это значит, что у вас также должны быть выключены радио, телевидение, интернет, вы не должны заходить в социальные сети, получать новости из любых других источников информации, разговаривать с родными, близкими друзьями по телефону. Задача — «отключить себя» от всех новостей и изолировать от информации.

В конце эксперимента — спустя три часа — проанализируйте и опишите это время «вне связи» и «вне информации». Свой комментарий оставьте в форуме «Поговорим о...».

Критерии оценивания. Добавленный в форму комментарий оценивается в 10 баллов.

### **3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания**

Зачет с оценкой в девятом семестре проводится в виде защиты итогового кейса (с привлечением внешних экспертов (для студентов, не набравших минимальное количество баллов за задания зачетом является письменная работа).

Итоговый кейс решается по договоренности с конкретной организацией/компанией (далее компания-партнер), давшей свое согласие на взаимодействие со студентами в рамках обучения по данной дисциплине. Работа выполняется в командах, соответственно запланированным обязательным этапам. Кейс защищается на открытой защите в присутствии представителей организации/компании и представляется в форме выступления с презентацией. Работа размещается в соответствующий форум с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle».

Для разработки информационной компании каждый год выбирается компания-партнер, совместно с которой преподаватель разрабатывает кейс-задачу (например, привлечение мужской аудитории в программу «Наставник» благотворительного фонда «Меркурия»).

Алгоритм работы над кейсом:

1. Распределиться на рабочие группы.
2. Провести анализ материалов сайта и социальных сетей компании-партнера.
3. Посетить встречу с представителем компании-партнера для уточнения и прояснения задачи (подготовить вопросы).
4. Подготовить группой проект, разработав информационное решение задачи компании-партнера, используя медиаресурсы томского медиапространства.
5. Упаковать решение и оставить цифровой след — прикрепь текстовый документ с описанием разработки и презентацию защиты в соответствующее задание в ЭУК.
6. Защитить решение кейса на встрече с представителем компании-партнера.

Критерии оценивания:

Результаты зачета определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» в соответствии с нижеприведенной таблицей.

Виды контроля		Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Текущий контроль		0-24	25-40	41-54	55-75
Промежуточная аттестация	Итоговый кейс	15	15-20	20-25	25
Итоговый балл		Ниже 39	40-60	61-79	80-100
Оценка		Неуд.	Уд.	Хор.	Отл.

Результаты текущего контроля влияют на форму зачета и итоговую оценку. Набранные баллы за семестр суммируются (баллы за защиту итогового кейса входит в итоговый балл).

Студенты, набравшие от 40 до 60 баллов имеют возможность сдать зачет с улучшением оценки до «хорошо» в форме письменного эссе на тему «Современная медиасистема региона» (эссе должно включать анализ трех представителей медиаотрасли разного плана).

#### **4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)**

Кейс-викторина

1. Выберите правильную последовательность возникновения средств массовой информации:

- телевидение, радио, иммерсив, мультимедиа, пресса
- пресса, телевидение, радио, мультимедиа, иммерсив
- пресса, радио, телевидение, мультимедиа, иммерсив (верно)
- радио, пресса, телевидение, иммерсив, мультимедиа

2. В постновогодние праздники в кафе за столиком встретились старые друзья: Мария, сотрудница пиар-службы ведущего городского вуза. Георгий, рекламщик транспортной компании «Инфотранс» и Людочка, журналистка городского интернет-портала «Жизнь в сети». Обсуждая прошедший год, барышни заспорили. Мария настаивает, что деятельность журналистов и пиар-служб совершенно идентична, они с Людой занимаются одними и тем же делами: разговаривают с экспертами, пишут тексты, работают с фактами и событиями. Людочка утверждает, что их деятельности в корне различны, цели разные, хотя инструменты похожи. Георгий пока занимает наблюдательную позицию и в спор не вмешивается. Какую позицию в споре займете вы?

а. Деятельность пиар-специалиста и журналиста сходна в инструментах и приемах, однако преследует разные цели. (Верно)

б. Деятельность пиар-специалиста и журналиста сходна в целях и задачах, однако использует разные инструменты и приемы.

в. Деятельность пиар-специалиста и журналиста в принципе различна и на уровне инструментария, и на уровне целей.

г. Деятельность пиар-специалиста и журналиста полностью идентична: и в целях и задачах, и в инструментах и приемах.

3. Перед Марией стоит задача: привлечь и вовлечь студенческую аудиторию социальных групп вуза. С коллегами они придумали проект — интерактивная карта «Где поесть студенту?». По задумке на карте должны размещаться адреса заведений в шаговой доступности от корпусов вуза, внешний вид этих заведения (фотографии), средний ценник (или даже меню) и внешний вид блюд, а так же, общая оценка пользователей (рейтинг). По приблизительным подсчетам на обозначенной территории располагается 15 заведений, но возможно, Мария и коллеги знают не обо всех точках питания. Какую модель взаимодействия с аудиторией вы посоветуете выбрать Марии для реализации данного проекта?

а. Трансляционную/вещательную модель.

б. Коммуникационную модель. (Верно)

4. Мария с коллегами решили использовать смешанную модель для реализации проекта «Где поесть студенту?» и составили несколько вариантов действий. Помогите Марии выбрать наиболее эффективный вариант, если на кону стоит вовлечение студентов?

а. Самостоятельно обойти заведения, сделать необходимые фотографии, собрать необходимую информацию, выставить экспертную оценку. Это обеспечит качество контента. Составить карту и привлечь пользователей к формированию рейтинга заведений (ставить оценки, писать отзывы). - плохой

б. Опубликовать обращение к студентам с просьбой прислать отзывы по предложенной схеме (фотография своего обеда, цена, оценка от 1 до 5 и комментарий) на почту службы. Использовать отзывы для формирования информационной базы карты и рейтинга. Заведения отснять для карты самим. — средний

в. Объявить конкурс среди студентов «Хороший студент — сытый студент», по условиям которого участники размещают в своем инстаграме отзывы по предложенной схеме (фотография своего обеда, цена, оценка от 1 до 5 и комментарий), пообещав лучшему комментатору обед за счет заведения (с заведениями договориться - возможность есть). Использовать лучшие отзывы для формирования карты. Заведения, не охваченные студентами, отснять для карты самим. — хороший

г. Опубликовать обращение к студентам с просьбой прислать отзывы по предложенной схеме (фотография своего обеда, цена, оценка от 1 до 5 и комментарий) на почту службы. Использовать лучшие отзывы для формирования карты. Заведения, не охваченные студентами, отснять для карты самим. — средний

За верный и хороший ответ дается 2 балл, за средний — 1 балла.

Критерии оценивания результатов теста:

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Тест	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Количество верных ответов	1-2	3-5	6-7	8



### **Информация о разработчиках**

Азарова В.Н., ст. преподаватель кафедры теории и практики журналистики ФЖ НИ ТГУ, руководитель Школы молодого журналиста ФЖ НИ ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ