Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол от «29» апреля 2021 г. № 8

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.33 Медиакритика
(код и наименование РПД)

Бакалавр
(уровень образования)
42.03.05. Медиакоммуникации
Профиль «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Год набора - 2022

Барнаул, 2021 г.

Документ подписан электронной подписью
Сертификат 0445A07A004BB0E9904E8660F1D88A32BA
Владелец: Панарин Игорь Анатольевич
Действителен с 26.07.2023 г. по 26.10.2024 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Качесова И.Ю., к.фил.н., доцент кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики

и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики, к.фил.н. Шмаков Артем Алексеевич

Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ОПК-2	Способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.4	Способен к критическому осмыслению продуктов медиасферы.
ОПК-4	способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.3	Способен учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, в частности, интернет-проектов.

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
ОПК-2.4	Критическое осмысление продуктов медиасреды	Способен критически осмыслять, находить сильные и слабые стороны продуктов медиасреды
ОПК-4.3	учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	В полной мере способен определять основные характеристики целевой аудитории при создании конкретных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

ОПК-2.4 Способен к критическому осмыслению продуктов медиасферы

1 Выберите верное продолжение утверждения: Медиакритика является разновидностью… (Укажите несколько верных вариантов ответа): (стр. РПД 6)

1. Журналистики
2. Критики
3. Публицистики
4. Художественной литературы

Ответ: 13

2. Соотнесите понятие и его определение: (стр. РПД 6)

А. анализ, разбор, некоторая оценка публикации, произведения или продукта.	1. Рецензия
В. деятельность, направленная на распространение знаний, художественных ценностей и другой информации с целью	2. Комментарий

	формирования определенных взглядов, представлений, оказания влияния на социальное поведение людей.	
С.	разновидность оперативного аналитического материала, разъясняющего смысл актуального общественно-политического события, документа и т.п.	3. Пропаганда

A	B	C

Ответ: 231

3. Определите последовательность подготовки текста рецензии: (стр. РПД 7)

1. Сбор дополнительных сведений о произведении
2. Знакомство с произведением
3. Продумывание структуры рецензии
4. Написание рецензии

Ответ: 2134

4. Дайте определение понятию «саморегулирование журналистского сообщества»: (стр. РПД 7)

Эталонный ответ: саморегулирование журналистского сообщества – это совместные усилия медийного сообщества по добровольному определению и соблюдению принципов своей работы, регулирование профессиональной деятельности на основании собственного опыта, знаний и умений.

Критерии оценивания: студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

5. Вставьте пропущенное словосочетание: (стр. РПД 7)

_____ – это область журналистского творчества, осуществляющей критико-оценочное познание медийного содержания и актуальных проблем функционирования медиа в обществе.

Ответ: медийная критика.

ОПК-4.3 Способен учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, в частности, интернет-проектов

6. Укажите, что является объектом медиакритики (выберите один верный ответ): (стр. РПД 6)

1. Массовое сознание
2. Рефлексия
3. Зрители
4. Журналисты

Ответ: 1

7. Соотнесите вид медиакритики и его определение: (стр. РПД 6)

А. Печатается в профессиональных журналах, таких как «Журналист», «Журналистика и медиарынок», «Медиапрофи»	1. Академическая
В. тексты такой медиакритики можно встретить на страницах многих периодических газет, например,	2. Внутрикорпоративная

в «Литературной газете», «Независимой газете», «Московском комсомольце»	
C. Печатается на страницах сборников научных конференций	3. Массовая

A	B	C

Ответ: 231

8. Задание на установление правильной последовательности: (стр. РПД 7)

Расположите в логической последовательности композиционные элементы рецензии:

1. Общее описание
2. Пересказ содержания
3. Описание преимуществ и недостатков
4. Личные впечатления и общая оценка
5. Анализ
6. Выводы

Ответ: 125346

9. Задание с развернутым ответом: (стр. РПД 7)

Дайте определение понятию «этический аудит».

Эталонный ответ: этический аудит –это внешняя независимая оценка системы управления этикой в компании.

Критерии оценивания: студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

10. Задание на дополнение: (стр. РПД 7)

Вставьте пропущенное словосочетание:

_____ – это процесс систематического или непрерывного сбора информации о параметрах сложного объекта или процесса.

Ответ: Мониторинг