

Компонент ОПОП 42.04.02 Журналистика. Направленность (профиль) Цифровая
журналистика
Б1.О.09

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Дисциплины
(модуля)**

Новые медиа в системе российских СМИ

Разработчик (и):

Рычкова Т.А.,
доцент кафедры ФМКиЖ
к.филол.н., доцент

Утверждено на заседании кафедры
филологии, межкультурных коммуникаций и
журналистики
протокол № 5 от 5.02.2026

Заведующий кафедрой



подпись

Саватеева О. В.
ФИО

1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
		<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>		
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД-1УК-2 Понимает основы проектного управления, учитывает требования к проектам и их результатам ИД-2УК-2 Разрабатывает и управляет проектом в избранной профессиональной сфере на всех этапах его жизненного цикла с учетом рисков проекта ИД-3УК-2 Обосновывает практическую значимость проектных решений	особенности проектного управления в сфере новых медиа; этапы жизненного цикла медиапроектов, реализуемых в цифровой среде; методологию формулирования целей и задач проектов в области новых медиа; специфику ресурсного обеспечения проектов, связанных с созданием и продвижением контента в новых медиа; правовые нормы, регулирующие деятельность в сфере интернет-СМИ и социальных медиа	выстраивать этапы работы над проектом в сфере новых медиа с учетом последовательности их реализации; определять проблемную область и формулировать цели и задачи медиапроекта; проектировать решение конкретных задач с учетом имеющихся ресурсов и правовых ограничений; определять оптимальный состав исполнителей для реализации проектов в области новых медиа; адаптировать проектные подходы к специфике цифровых медиаплатформ.	навыками управления проектами в сфере новых медиа на всех этапах их жизненного цикла; методами проектирования и планирования деятельности в цифровой медиасреде; способами оптимизации проектных решений с учетом ресурсных и нормативных ограничений; приемами формирования проектных команд для работы в области новых медиа	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к зачету
ПК-1 - Способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания и осуществлять эфирное	ПК-1.1. Самостоятельно пишет авторские комментарии и другие тексты в рамках редакционной политики, верстает	понятие и типологию новых медиа; современное состояние рынка новых медиа в России и за рубежом; особенности функционирования интернет-СМИ, социальных сетей,	анализировать рынок новых медиа и предпочтения цифровой аудитории для разработки концепции вещания; разрабатывать стратегические и тактические планы деятельности	навыками разработки концепции вещания медиапредприятия в сегменте новых медиа; методами стратегического и оперативного планирования деятельности в цифровой медиасреде; способами эфирного планирования для	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к зачету

планирование совместно коллегами	с	авторские программы ПК-1.2. Готовит предложения для составления творческих планов редакции/канала ПК-1.3. Информировать ответственного выпускающего обо всех значимых сообщениях информационных агентств	мессенджеров, видеохостингов, подкаст-платформ как каналов распространения контента; специфику аудитории новых медиа и методы ее исследования; особенности контентной стратегии и редакционной политики в новых медиа; принципы планирования и организации работы редакции интернет-СМИ; современные подходы к монетизации контента в цифровой среде	медиаорганизации в сфере новых медиа; осуществлять планирование публикационного контента для различных цифровых платформ; координировать деятельность подразделений медиапредприятия при работе с новыми медиа; адаптировать контентную стратегию под специфику различных цифровых платформ; оценивать эффективность присутствия медиапредприятия в новых медиа	интернет-СМИ и социальных медиа; приемами координации работы редакционных, технических и маркетинговых подразделений при работе с новыми медиа; навыками анализа эффективности присутствия медиабренда в новых медиа.		
--	---	---	---	--	--	--	--

2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Зачетное количество баллов не набрано согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

Баллы	Критерии оценки
10	посещаемость 75 - 100 %
5	посещаемость 50 - 74 %
0	посещаемость менее 50 %

3.2 Критерии и шкала оценивания практических работ

Перечень практических работ, описание порядка выполнения и защиты работы, требования к результатам работы, структуре и содержанию отчета и т.п. представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Оценка/баллы	Критерии оценивания
Отлично	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по лабораторной/практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
Хорошо	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
Удовлетворительно	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
Неудовлетворительно	Задание выполнено со значительным количеством ошибок на низком уровне. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены. ИЛИ Задание не выполнено.

4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации

Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля) с зачетом/зачетом с оценкой

Если обучающийся набрал зачетное количество баллов согласно установленному диапазону по дисциплине (модулю), то он считается аттестованным с оценкой согласно шкале баллов для определения итоговой оценки:

Оценка	Баллы	Критерии оценивания
Отлично	91 - 100	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
Хорошо	81 - 90	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону

Удовлетворительно	60 - 80	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
Неудовлетворительно	менее 60	Зачетное количество согласно установленному диапазону баллов не набрано

Вопросы к зачету:

1. Понятие «новые медиа»: основные подходы к определению и ключевые характеристики.
2. Типология новых медиа: классификация и особенности различных видов цифровых платформ.
3. Теоретические концепции исследования новых медиа.
4. Становление и развитие новых медиа в России: основные этапы и тенденции.
5. Нормативно-правовое регулирование новых медиа в Российской Федерации.
6. Ключевые игроки российского рынка новых медиа: интернет-СМИ, социальные сети, видеохостинги, подкаст-платформы.
7. Аудитория новых медиа в России: демографические и поведенческие характеристики.
8. Особенности создания контента для новых медиа: форматы, принципы, требования.
9. Мультимедийный сторителлинг: понятие, принципы, приемы.
10. Редакционная политика новых медиа: баланс оперативности и достоверности, верификация информации.
11. Планирование публикационного контента: редакционный план, контент-календарь, сетка вещания.
12. Социальные сети как канал распространения медиаконтента.
13. Стратегии присутствия медиабрендов в социальных сетях.

5.Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней и внешней независимой оценки качества образования.

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме.

Содержание комплекта включает: *тестовые задания.*

Комплект заданий диагностической работы

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПК-1 - Способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания и осуществлять эфирное планирование совместно с коллегами

1. Что из перечисленного относится к ключевым характеристикам новых медиа?

- а) односторонняя коммуникация
- б) интерактивность и гипертекстуальность
- в) отсутствие обратной связи
- г) линейность повествования

2. Какая концепция описывает процесс стирания границ между традиционными и новыми медиа?

- а) концепция «длинного хвоста»
- б) концепция «медиаконвергенции»
- в) теория «культуры участия»
- г) концепция «информационного общества»

3. Какой закон регулирует деятельность интернет-СМИ в Российской Федерации?

- а) Закон «О рекламе»
- б) Закон «О персональных данных»
- в) Закон «О средствах массовой информации»
- г) Закон «О связи»

4. Что из перечисленного не относится к новым медиа?

- а) интернет-СМИ
- б) печатная газета
- в) Мах-канал
- г) подкаст-платформа

5. Какой формат контента предполагает сочетание текста, видео, аудио и интерактивных элементов в одном материале?

- а) лонгрид
- б) мультимедийный сторителлинг
- в) новостная заметка
- г) пресс-релиз

6. Что из перечисленного является инструментом планирования публикационного контента в социальных сетях?

- а) редакционный устав
- б) контент-календарь
- в) должностная инструкция
- г) финансовый план

7. Какая характеристика является ключевой при определении стратегии присутствия медиабренда в социальных сетях?

- а) количество сотрудников в редакции
- б) типографика и фирменный стиль
- в) особенности поведения и предпочтения целевой аудитории
- г) год основания медиапредприятия

8. Что из перечисленного относится к метрикам вовлеченности аудитории в социальных сетях?

- а) количество подписчиков
- б) лайки, комментарии, репосты
- в) бюджет на продвижение
- г) количество публикаций

9. Какая модель монетизации предполагает получение средств от подписчиков за доступ к эксклюзивному контенту?

- а) рекламная модель
- б) подписная модель
- в) краудфандинг
- г) партнерская программа

10. Что из перечисленного является особенностью контента для мессенджеров как канала распространения информации?

- а) обязательное наличие видеоряда
- б) лаконичность и оперативность
- в) длинные текстовые материалы
- г) интерактивные элементы

11. Какой метод исследования аудитории позволяет получить данные о поведении пользователей на сайте?

- а) фокус-группа
- б) глубинное интервью
- в) веб-аналитика
- г) контент-анализ

12. Что из перечисленного относится к форматам видеоконтента для цифровых платформ?

- а) подкаст
- б) новостной ролик
- в) лонгрид
- г) инфографика

13. Какой этап жизненного цикла медиапроекта предполагает оценку достигнутых результатов и анализ эффективности?

- а) инициация
- б) планирование
- в) реализация
- г) завершение

14. Что из перечисленного является примером нативной рекламы в новых медиа?

- а) баннер на сайте
- б) интеграция бренда в контент блогера
- в) контекстная реклама
- г) рекламная вставка в подкасте

15. Какая технология используется для создания иммерсивного контента в новых медиа?

- а) блокчейн
- б) виртуальная реальность (VR)
- в) квантовые вычисления
- г) облачные технологии

16. Что из перечисленного является этической проблемой новых медиа?

- а) высокая скорость распространения информации
- б) распространение фейков и дезинформации
- в) многообразие форматов контента
- г) доступность информации

17. Какой инструмент используется для фактчекинга и верификации информации в новых медиа?

- а) контент-календарь
- б) системы проверки изображений и видео
- в) CRM-система
- г) ERP-система

18. Что из перечисленного относится к трендам развития новых медиа?

- а) централизация контента
- б) рост значения нишевых сообществ
- в) уменьшение роли видеоконтента
- г) отказ от персонализации

19. Какой формат подкаста предполагает интервью с гостем на определенную тему?

- а) монолог
- б) интервью-подкаст
- в) аудиосериал
- г) подкаст-обзор

20. Что из перечисленного является задачей редакционной политики новых медиа?

- а) максимизация прибыли
- б) обеспечение баланса оперативности и достоверности
- в) сокращение штата сотрудников
- г) минимизация взаимодействия с аудиторией

Ключи к тестовым заданиям

№ вопроса	Ответ
1	б
2	б
3	в
4	б
5	б
6	б
7	в
8	б
9	б
10	б
11	в
12	б
13	г
14	б
15	б

№ вопроса	Ответ
16	б
17	б
18	б
19	б
20	б