

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Сахарчук Елена Сергеевна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 06.08.2024 13:02:08

Уникальный программный ключ:

d37ecce2a38525810859f295de19f107b21a048a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение инклюзивного высшего образования

**«Российский государственный
университет социальных технологий»
(ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех»)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.08 Бренд-журналистика

Наименование дисциплины

42.03.02 Журналистика

шифр и наименование направления подготовки

Интернет-журналистика

направленность (профиль)

Москва 2024

Разработчик (и): доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций

_____ Григорьев Н.Ю. _____ 2024 г.

подпись

Ф.И.О.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры социологии и медиакоммуникаций

на заседании кафедры социологии и медиакоммуникаций
(протокол № 7 от «19» декабря 2023 г.)

на заседании Учебно-методического совета РГУ СоцТех
(протокол № 6 от «23» апреля 2024 г.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник управления учебного планирования и контроля
образовательной деятельности

_____ И.Г. Дмитриева
« ____ » _____ 2024 г.

Начальник отдела координации и сопровождения
образовательных программ

_____ С.В. Брусенко
« ____ » _____ 2024 г.

Заведующий библиотекой

_____ В.А. Ахтырская
« ____ » _____ 2024 г.

И.о. декана факультета

_____ М.Я. Руднева
« ____ » _____ 2024 г.

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.....
2. Перечень оценочных средств.....
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.....
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций.....
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.....

1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Бренд-журналистика»

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-3	Способен управлять проектом в СМИ и организовывать продвижение медиапродукта	ПК-3.1. Готовит предложения для составления творческих планов редакции, распределяет трудовые ресурсы и обязанности в соответствии с решаемыми профессиональными задачами. ПК-3.2. Обеспечивает оперативное создание художественного и визуального формата проекта. ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат

¹Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины, модуля.

2. Перечень компетенций

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенции
------------------------	-------------------------------	--

ПК-3	Способен управлять проектом в СМИ и организовывать продвижение медиапродукта	ПК-3.1. Готовит предложения для составления творческих планов редакции, распределяет трудовые ресурсы и обязанности в соответствии с решаемыми профессиональными задачами. ПК-3.2. Обеспечивает оперативное создание художественного и визуального формата проекта. ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
------	--	---

3. Примерный перечень оценочных средств

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС	Методы оценки результатов
1	Фронтальный опрос	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения фронтального опроса	экспертный
2	Реферат	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика рефератов	экспертный
3	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий, в том числе для проведения промежуточного контроля оценки знаний	экспертный
4	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины,	Вопросы по темам/разделам дисциплины	экспертный

		организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.		
--	--	---	--	--

3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценивание результатов обучения по дисциплине Бренд-журналистика осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины) и промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения данной дисциплины, описаны в табл. 3.

Таблица 3.

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Вид учебных занятий ¹ , работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенций ²	Контролируемые разделы и темы дисциплины ³	Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенции ⁴	Критерии оценивания результатов обучения
	Знает					
	Недостаточный уровень Оценка «незначительно», «неудовлетворительно»	ПК-3-1 Не способен готовить предложения для составления творческих планов редакции, распределяет трудовые ресурсы и обязанности в соответствии с решаемыми профессиональными задачами.	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельная работа	ПК-3-1 Не способен готовить предложения для составления творческих планов редакции, распределяет трудовые ресурсы и обязанности в соответствии с решаемыми профессиональными задачами.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	ПК-3-1 На базовом уровне Готовит предложения для составления творчески	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельная работа	ПК-3-1 На базовом уровне Готовит предложения для составления творческих планов редакции, распределяет

¹ Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа...

² Необходимо указать активные и интерактивные методы обучения (например, интерактивная лекция, работа в малых группах, методы мозгового штурма и т.д.), способствующие развитию у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

³ Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины.

⁴ Оценочное средство должно выбираться с учетом запланированных результатов освоения дисциплины, например: «Знать» – собеседование, коллоквиум, тест...

«Уметь», «Владеть» – индивидуальный или групповой проект, кейс-задача, деловая (ролевая) игра, портфолио...

		х планов редакции, распределяет трудовые ресурсы и обязанности в соответствии с решаемыми профессиональными задачами.				трудовые ресурсы и обязанности в соответствии с решаемыми профессиональными задачами.
Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ПК-3-1 Способен готовить предложения для составления творческих планов редакции, распределяет трудовые ресурсы и обязанности в соответствии с решаемыми профессиональными задачами.	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельная работа	ПК-3-1 Способен готовить предложения для составления творческих планов редакции, распределяет трудовые ресурсы и обязанности в соответствии с решаемыми профессиональными задачами.	
Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	ПК-3-1 На высшем уровне способен готовить предложения для составления творческих планов	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельная работа	ПК-3-1 На высшем уровне способен готовить предложения для составления творческих планов редакции, распределяет трудовые	

	редакции, распредел яет трудовые ресурсы и обязаннос ти в соответст вии с решаемы ми професси ональным и задачами.				ресурсы и обязанности в соответствии с решаемыми профессиональ ными задачами.
Умеет					
Недоста точный уровень Оценка «незачт ено», «неудов летвори тельно»	ПК-3-2 Не способен реализов ывать журналис тский проект в рамках своих полномо чий и несет ответстве нность за результат.	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельн ая работа	ПК-3-2 Не способен реализовывать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственност ь за результат.
Базовый уровень Оценка, «зачтен о», «удовле творите льно»	ПК-3-2 На базовом уровне способен реализов ывать журналис тский проект в рамках своих полномо чий и несет ответстве нность за результат.	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельн ая работа	ПК-3-2 На базовом уровне способен реализовывать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственност ь за результат.
Средни й уровень Оценка	ПК-3-2 способен реализов ывать	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельн ая работа	ПК-3-2 способен реализовывать журналистский

	«зачтен о», «хорошо»	журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат.				проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат.
	Высокий уровень Оценка «зачтен о», «отлично»	ПК-3 на высшем уровне способен реализовать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат.	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельная работа	ПК-3 на высшем уровне способен реализовывать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат.
Владеет						
	Недостаточный уровень Оценка «незначительно», «неудовлетворительно»	ПК-3-3. Не способен реализовать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельная работа	ПК-3-3. Не способен реализовывать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
	Базовый уровень Оценка, «зачтен о», «удовлетворительно»	ПК-3-3 На базовом уровне способен реализовать журналистский проект в	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельная работа	ПК-3-3 На базовом уровне способен реализовывать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность

		рамках своих полномочий и несет ответственность за результат				ь за результат
Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ПК-3-3 Способен реализовывать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельная работа	ПК-3-3 Способен реализовывать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат	
Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	ПК-3-3 На высшем уровне способен реализовывать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат	Лекции, семинары	Тема 1-6	Опрос, доклады, самостоятельная работа	ПК-3-3 На высшем уровне способен реализовывать журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат	

4. Критерии оценки презентации доклада, сообщения, выполненных в форме презентации по реферату

	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна.использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений
Оценка	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

5. Перечень дискуссионных тем для коллоквиума

6. Примерный перечень вопросов для фронтального опроса

№№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Вопросы
1	Раздел 1. Мир Брендов как концепция постиндустриального общества	Основное определение бренда/Лек/ Числовое определение нематериальных имиджевых активов Ассоциативная сеть понимания бренда Эволюция Бренда
2	Тема 2. Бренд-билдинг - разработка бренда	Разработка концепции бренда Мыслительное поле бренда Разработка Brand Essence Бренд Бук – создание и особенности
3	Тема 3 Управление лояльностью к бренду	Потребительская лояльность Основные классификации программ лояльности Основные компоненты программ лояльности Антилояльность
4.	Тема 4. Продвижение брендов в условиях глобализации	Особенности брендинга в развитых странах Использование технологий брендинга в развивающихся странах Брендинг в современной России Частная марка как бренд в современной России
5.	Тема 5. Международный брендинг	Международные факторы брендинга /Лек/ Основные стратегии международного брендинга /Лаб/ Механизмы управления брендами международной компании /Пр/ Особенности брендинга транснациональных компаний на российском рынке./Ср/

Критерии оценки (в баллах):

- 2 (неудовлетворительно) выставляется студенту, если нет ответов на вопросы. Больше 4 ошибок в представляемой информации. Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.
- 3 (удовлетворительно) выставляется студенту, если ответы только на элементарные вопросы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.

Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина. 3-4 ошибки в представляемой информации.

- 4 (хорошо) выставляется студенту, если ответы на вопросы полные и/или частично полные. Не более 2 ошибок в представляемой информации. Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.

- 5 (отлично) выставляется студенту, если ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений. Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы. Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.

7. Примерный перечень тем для докладов, рефератов

1.

7.1. Тематика рефератов, проектов, творческих заданий

Лекция 1. Тема «Основное определение бренда»

Вопросы и задания

1. Разработка концепции бренда. Цикл создания бренда.
2. Поле игры – адресные рынки и группы. Определение потребителя, мыслительного поля бренда, сегментация, инструмент 5W и USP.
3. Методы построения Brand essence.
4. Нэйминг: психология нэйминга.
5. Бренд-позиционирование: конкурентные различия и совпадения. Логотипы, стили и прочая атрибутика бренда.

Лекция 2. Тема «Разработка концепции бренда»

Вопросы и задания

1. Социальная информация для бренд-менеджмента.
2. Методы изучения рыночной позиции бренда.
3. Исследование рыночных предпочтений.
4. Парадокс "слепого" тестирования. "Правильное тестирование бренда". Оценка "одежды" бренда. Тестирование имени.

Лекция 3. Тема «Потребительская лояльность»

Вопросы и задания

1. Цели маркетинга и бюджет коммуникаций.
2. Поведенческие цели компании. Цели коммуникаций и позиционирование: эффекты коммуникаций и их превращение в цели кампании; позиция бренда и ее соотношение с эффектами коммуникаций; заявление о позиции торговой марки; желаемое восприятие бренда;
3. Стратегия кампании: выбор инструментов эффективной кампании: создание бренда: реклама в СМИ.
4. Создание бизнеса и бренда: прямая реакция и интерактивные СМИ.

Лекция 4. Тема «Сущность интегрированного брендинга»

Вопросы и задания

1. Интегрированный брендинг — дефиниции.
2. Инструменты интегрированного брендинга: драйверы организации и бренда.
3. Бренд-фильтр — повседневные меры по оживлению бренда.

Лекция 5. Тема «Особенности брендинга в развитых странах»

Вопросы и задания

1. Моногорода — заложники корпоративных брендов
2. Брендинг территорий в бывшем СССР
3. Nation branding

Лекция 6. Тема «Международные факторы брендинга»

Вопросы и задания

1. Процессы, обусловленные глобализацией.
2. Факторы, препятствующие процессу глобализации.

Практические занятия

1. Тема «Ассоциативная сеть понимания бренда»

Вопросы и задания

1. История использования брендов. Основные понятия: товарный знак, торговая марка, бренд.
2. Бренд-ориентированный маркетинг. Конкурсы брендов.
3. Структура и матрица бренда, информации, рекламы и связей с общественностью

2. Тема «Разработка Brand Essence»

Вопросы и задания

1. Информация о социальной сфере.
2. Изучение рыночных изменений.
3. Исследование рыночных предпочтений, лояльности бренду

3. Тема «Потребительская лояльность»

Вопросы и задания

1. Этапы организации программ лояльности.
2. Основные принципы программ лояльности.
3. Основные компоненты программ лояльности

4. Тема «Сущность интегрированного брендинга»

Вопросы и задания

1. Аудит бренда
2. Виды бренда
3. Этапы бренда

5. Тема «Особенности брендинга в развитых странах»

Вопросы и задания

1. Брендинг в современной России
2. Основные проблемы
3. Перспективы развития

6. Тема «Международные факторы брендинга»

Вопросы и задания

1. Механизмы управления брендами международной компании
2. Виды стратегий.
3. Глобальный бренд.

Творческие задания

Тема 1. «Разработка Brand Essence»

1. «Ассоциативная сеть понимания бренда»
2. Числовое определение нематериальных имиджевых активов
3. Опишите методику определения нематериальных имиджевых активов.

Тема 2. Мыслительное поле бренда

1. Проведите позиционирование торговой марки по схеме: анализ рынка, товаров (предназначение, выгода), конкурентов, сегментирование, сравнение выгод и преимуществ, определение всех возможных позиций бренда (торговой марки).
2. Назовите имена брендов, которые со временем стали применяться как названия товаров всей товарной категории (подобно Хегох, Rampers).
3. Прокомментируйте ситуации неверно определенной идентичности бренда и необходимость репозиционирования.
4. Сравните особенности позиционирования и репозиционирования торговой марки

Тема 3. Управление лояльностью к бренду

1. Выберите одну из категорий товаров и ответьте на вопросы – кто пользуется товаром, каковы позиции конкурирующих марок, каковы тенденции и перспективы торговой марки.

Тема 4. PR-технологии

1. Выявить систему задач, возникающих при создании бренда (по выбору студента).
2. Выявить целевые аудитории бренда.
3. Составить бриф для рабочей группы.

Тема 5. Использование технологий брендинга в развивающихся странах

1. На основе бренда платформы (предоставляется преподавателем) разработать стратегию линейного расширения бренда и диверсификации.

Тема 6. Основные стратегии международного брендинга

1. Разработать план коммуникационной кампании при выводе на рынок нового продукта в ассортиментной линейке ТМ.

Кейсы.

1. Составить матрицу определённого бренда – 1 балл
2. Составить мыслительное поле определённого бренда -1 балл
3. Раскрыть пирамиду нематериальных активов – 3 балла
4. Подготовить эссе на тему потребительского восприятия – 3 балла
5. Описать социально-культурную среду бренда – 3 балла
6. Описать правовую среду бренда – 3 балла
7. Описать экономическую среду бренда – 3 балла

Составьте план расстановки товара – 1 балл Составьте ранжированный список наиболее актуальных направлений брендовой рекламы – 1 балл

Раскройте связь процесса управления брендом со стратегией и бизнес-системой предприятия – 3 балла Раскройте этапы разработки названия на конкретном примере – 3 балла. Проведите анализ составляющих элементов упаковки – 3 балла. Изучение современных промо-кампаний (3 балла) Подготовить SMM-стратегию для продвижения паблика кафедры журналистики- 3 балла

7.3.. Курсовая работа

Курсовая работа - не предусмотрена

7.4.. Вопросы к зачету

1. История использования брендов
2. Основные понятия: товарный знак, торговая марка, бренд
3. Бренд-ориентированный маркетинг
4. Структура и матрица бренда
5. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации
6. Модели разработки бренда
7. Креативные и психотехнологии рождения брендов
8. Концепции брендинга (традиционный, управление активами торговой марки, эмпирический, бренд-билдинг...)
9. Методы управления брендом (торговой маркой). Конкурсы брендов
10. Анализ рыночной ситуации
11. Технологии сегментирования рынка
12. Позиционирование и репозиционирование бренда
13. Конкурентные преимущества брендинга
14. Внутренний брендинг
15. Ребрендинг. Сущность и содержание
16. Изучение рыночных изменений
17. Исследование рыночных предпочтений, лояльности бренду
18. Влияние глобализации рынка на бренд-менеджмент

19. Основные правила создания сильной торговой марки
20. Обязанности бренд-менеджера и корпоративная культура
21. Фирменный стиль как одна из технологий брендинга
22. Лояльность бренду. Розничный брендинг
23. Формирование лояльности
24. Модель интегрированного брендинга. Преимущества интегрированного брендинга на рынке. 2. Технологии создания драйверов организации и бренда
25. Качественные и количественные оценки торговой марки
26. Методы определения стоимости бренда
27. Процедура регистрации товарного знака
28. Правовая защита бренда: международное и российское законодательство
29. Практический бренд-менеджмент
30. Основные правила создания сильных брендов
31. Промышленный и сервисный брендинг. Внутренний брендинг
32. Брендинг в области культуры и политики
33. Программы формирования лояльности покупателя к бренду
34. Пирамида лояльности потребителей
35. Методы определения рыночной стоимости бренда
36. Эффективность управления корпоративным брендом в сфере торговли
37. Бренд в розничной торговле
38. Сравнительный анализ позиций корпоративного бренда в сфере услуг
39. Ренейминг и ребрендинг
40. Электронный брендинг
41. Бренд-ориентированный маркетинг
42. Конкурсы брендов
43. Лицензирование и франчайзинг
44. Анализ ошибок в креативных технологиях и коммуникациях при создании новых брендов
45. Брендбук (brandbook), основные разделы брендбука
46. Этапы брендинга
47. тенденции западного и российского брендинга
48. Роль бренд-менеджера в организации управления брендом

7.5. Вопросы к экзамену – не предусмотрено

Критерии оценки (в баллах):

- 2 (неудовлетворительно) баллов выставляется студенту, если проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы. Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины. Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации.
- 3 (удовлетворительно) выставляется студенту, если проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина. Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации.
- 4 (хорошо) выставляется студенту, если проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации.
- 5 (отлично) выставляется студенту, если проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы. Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов дополнительной литературы.

Выводы обоснованы. Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.

8. Контрольная работа

Вариант 1.

1. Социальная ответственность журналиста.
2. Аудитория как объект социологических исследований.

Вариант 2.

1. Социологическая информация в журналистике.
2. Интерактивные социологические исследования в СМИ.

Форма контроля	Критерии оценивания			
	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Не удовлетворительно
Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

Критерии оценки

Оценочная схема зачетного ответа

При выставлении оценки «зачтено» учитываются результаты выполнения заданий, рефератов, активность студентов на занятиях. На зачете студент должен продемонстрировать знания теоретического характера, умение ответить на поставленные вопросы, методику работы с научным материалом по данной учебной дисциплине, работу с книгой, справочной литературой, способность работать с другими источниками информации и применять на практике приемы анализа информации, высокий уровень владения языковой, речевой и социокультурной компетенциями.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, который прочно усвоил предусмотренный программный материал; правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров; показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов.

Обязательным условием выставленной оценки является правильная речь в умеренном темпе.

