

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

---

КАФЕДРА русского языка, литературы и журналистики

«Утверждаю»

Зав. кафедрой

«31» 08 2018 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«ВИДЫ ЖУРНАЛИСТИКИ. ДЕЛОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА»**

42.03.02 «Журналистика»

шифр и наименование направления подготовки

«Социально - гуманитарная журналистика»

наименование профиля подготовки

Москва 2018

Составитель / составители: Лебедева С.Э.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры русского языка, литературы и журналистики протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_»  
\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры русского языка, литературы и журналистики,  
протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» 20\_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» 20\_\_\_\_ г.  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» 20\_\_\_\_ г.  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» 20\_\_\_\_ г.  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / Ф.И.О/

## **СОДЕРЖАНИЕ**

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

## 1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Деловая журналистика»

№ раз дела	Наименование раздела, тема	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	<b>Место и функции деловой журналистики в системе СМИ</b>	Особенности экономических и деловых СМИ как типа массмедиа. Принципы разделения экономической и деловой журналистики. Роль и место деловой журналистики в системе современных СМИ: анализ главных событий в стране, их влияние на деловую жизнь; обеспечение аудитории оперативной информацией; анализ <a href="#">экономических проблем</a> ; распространение делового опыта; расширение делового кругозора; формирование идеологии предпринимательства и рыночного мышления. Виды деловых медиа, типология носителей деловых медиа. Систематизация сфер экономики и деловой среды, представляющих интерес для деловогомедиапроекта. Соответствие рубрикатора, структуры отделов редакции тематике и формату издания. Степень компетенции журналиста делового СМИ	Фронтальный опрос, информационные сообщения ОК-3, ОК-4, О-5, ОПК-6
2	<b>Целевая аудитория деловых СМИ</b>	Аудитория как массовое явление и социальная группа. Целевые аудитории в концепциях СМИ. Целевая аудитория деловых медиа. Социально-демографические, социально-профессиональные, социокультурные, идеологические и политические, потребительские, психологические характеристики аудитории. Потребительские характеристики аудитории деловой прессы. Психологические характеристики: мотивы обращения к информации и информационные интересы. Структура аудитории деловых СМИ	Фронтальный опрос, информационные сообщения ОК-3, ОК-4, О-5, ОПК-6
3	<b>Источники информации деловых медиа</b>	Институт экспертов деловых СМИ. Систематизация источников информации в деловом медиа, специфика и методы	Фронтальный опрос, информацио

		<p>работы с ними. Типы источников информации. Законодательная и исполнительная власть как источник информации. Административные службы и общественные структуры.</p> <p>Информационные агентства деловой информации и корпоративные пресс-службы. Источники, ресурсы и носители информации. Специфика и способы использования различных носителей информации. Интернет-ресурсы как источник информации для журналиста</p>	<p>нны е сообщения ОК-3, ОК-4, О-5, ОПК-6</p>
4	<b>Форматы и жанры деловых СМИ</b>	<p>Формат деловых медиа. Жанрообразующие факторы: факт, событие, процесс, личность. Обзор жанров журналистики, используемых в деловых медиа: новостная журналистика, аналитическая (статьи, обзоры), корреспондентская, репортажная, интерактивная (интервью). Специфика жанров, их синтезирование. Критерии выбора жанра при подготовке материала. Особенности сбора информации для разных жанров. Применимость жанров для подготовки материалов по тематикам. Соотнесение жанров и рубрикатора в деловом СМИ</p>	<p>Фронтальны й опрос, информацио нны е сообщения ОК-3, ОК-4, О-5, ОПК-6</p>
5	<b>Структура контента деловых медиа. Способы представления статистических данных</b>	<p>Типы и модели формирования структуры редакций: организационный аспект. Типовая структура редакции делового СМИ: тематические отделы, группы, подразделения. Организационная структура, иерархия, структура подчинения, компетенция и зоны ответственности сотрудников.</p> <p>Функции руководящих работников делового СМИ. Функции заведующих отделами и секторами (редакторов отделов), выпускающих редакторов, системного администратора. Функции творческих работников: журналистов, корреспондентов, обозревателей, специальных корреспондентов, фотокорреспондентов, художников, дизайнеров.</p> <p>Типы сравнения статистических данных,</p>	<p>Фронтальны й опрос, информацио нны е сообщения ОК-3, ОК-4, О-5, ОПК-6</p>

		типы графиков. Требования к графикам и диаграммам. Правила построения графиков. Технические особенности построения. Типичные ошибки <a href="#">визуализации</a> статистических данных	
--	--	--	--

<sup>1</sup>Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины, модуля.

## 2. Перечень компетенций

**В результате освоения учебной дисциплины студент должен**

**знать:**

- место и роль деловых медиа в общей системе [СМИ](#), о сущности массово–коммуникационных процессов для специализированной читательской аудитории, о [типовизуализации](#) деловых медиа;
- объекты освещения в СМИ, и с которыми связано тематическое содержание публикаций;
- знать важнейшие процессы и закономерности экономического развития России, место и роль публицистики в освещении деловых и экономических процессов в регионах;
- знать базовые понятия и категории макро– и микроэкономической теории;

**уметь:**

- специфику деловой журналистики как специализированного раздела общей журналистики: особенности генезиса и развития, систему типоформирующих факторов;
- системно анализировать явления, факты и события в деловой и экономической жизни социума, владеть навыками работы с источниками информации, собирать, обрабатывать и анализировать информацию делового и экономического характера;
- применять в практической деятельности спектр техник, инструментов и методов сбора информации, ее обработки и редактирования для создания качественных журналистских материалов различных жанров;

**владеть:**

- представлениями о специфике журналистской деятельности в этическом и правовом аспектах;
- представление об основных жанрах (включая синтезированные) журналистских материалов, применяемых в деловых медиа, а также способах их обработки и редактирования;

**Обучающийся должен владеть следующими компетенциями:**

Код компетенции	Наименование результата обучения
-----------------	----------------------------------

ОК-3	способность использовать знания в области общегуманитарных социальных наук
ОК-4	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК-5	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОПК-6	способность анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ

### 3. Примерный перечень оценочных средств

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС	Методы оценки результата
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, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины	экспертный
---	------------	--	--------------------------------------	------------

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

	<b>Минимальный ответ</b>	<b>Изложенный, раскрытый ответ</b>	<b>Законченный, полный ответ</b>	<b>Образцовый, примерный ответ</b>
<b>Раскрытие проблемы</b>	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
<b>Представление</b>	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
<b>Оформление</b>	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
<b>Ответы</b>	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

<b>Оценка</b>	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
---------------	---------------------	-------------------	--------	---------

## 5. Перечень дискуссионных тем для коллоквиума

№ раздела	Наименование раздела, тема	Вопросы
1	<b>Место и функции деловой журналистики в системе СМИ</b>	Особенности экономических и деловых СМИ как типа массмедиа. Принципы разделения экономической и деловой журналистики. Роль и место деловой журналистики в системе современных СМИ: анализ главных событий в стране, их влияние на деловую жизнь; обеспечение аудитории оперативной информацией; анализ <a href="#">экономических проблем</a> ; распространение делового опыта; расширение делового кругозора; формирование идеологии предпринимательства и рыночного мышления. Виды деловых медиа, типология носителей деловых медиа. Систематизация сфер экономики и деловой среды, представляющих интерес для деловогомедиапроекта. Соответствие рубрикатора, структуры отделов редакции тематике и формату издания. Степень компетенции журналиста делового СМИ
2	<b>Целевая аудитория деловых СМИ</b>	Аудитория как массовое явление и социальная группа. Целевые аудитории в концепциях СМИ. Целевая аудитория деловых медиа. Социально-демографические, социально-профессиональные, социокультурные, идеологические и политические, потребительские, психологические характеристики аудитории. Потребительские характеристики аудитории деловой прессы. Психологические характеристики: мотивы обращения к информации и информационные интересы. Структура аудитории деловых СМИ
3	<b>Источники информации деловых медиа</b>	Институт экспертов деловых СМИ. Систематизация источников информации в деловом медиа, специфика и методы работы с ними. Типы источников информации. Законодательная и исполнительная власть как источник информации. Административные службы и общественные структуры. Информационные агентства деловой

		информации и корпоративные пресс-службы. Источники, ресурсы и носители информации. Специфика и способы использования различных носителей информации. Интернет-ресурсы как источник информации для журналиста
4	<b>Форматы и жанры деловых СМИ</b>	Формат деловых медиа. Жанрообразующие факторы: факт, событие, процесс, личность. Обзор жанров журналистики, используемых в деловых медиа: новостная журналистика, аналитическая (статьи, обзоры), корреспондентская, репортажная, интерактивная (интервью). Специфика жанров, их синтезирование. Критерии выбора жанра при подготовке материала. Особенности сбора информации для разных жанров. Применимость жанров для подготовки материалов по тематикам. Соотнесение жанров и рубрикатора в деловом СМИ
5	<b>Структура контента деловых медиа. Способы представления статистических данных</b>	Типы и модели формирования структуры редакций: организационный аспект. Типовая структура редакции делового СМИ: тематические отделы, группы, подразделения. Организационная структура, иерархия, структура подчинения, компетенция и зоны ответственности сотрудников. Функции руководящих работников делового СМИ. Функции заведующих отделами и секторами (редакторов отделов), выпускающих редакторов, системного администратора. Функции творческих работников: журналистов, корреспондентов, обозревателей, специальных корреспондентов, фотокорреспондентов, художников, дизайнеров. Типы сравнения статистических данных, типы графиков. Требования к графикам и диаграммам. Правила построения графиков. Технические особенности построения. Типичные ошибки <u>визуализации</u> статистических данных

#### **Критерии оценки (в баллах):**

- 5 баллов выставляется студенту, если он полностью раскрывает проблему, обозначенную в вопросе, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников.
- 4 балла выставляется студенту, если он в целом дает достаточно полный ответ на поставленный вопрос, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения.

- 3 балла выставляется студенту, если он при ответе на поставленный вопрос раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками.
- 2 балла выставляется студенту, если он не может даже частично ответить на поставленный вопрос, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

## **6. Примерный перечень вопросов для фронтального опроса**

№ раздела	Наименование раздела, тема	Вопросы
1	<b>Место и функции деловой журналистики в системе СМИ</b>	<p>Особенности экономических и деловых СМИ как типа массмедиа. Принципы разделения экономической и деловой журналистики. Роль и место деловой журналистики в системе современных СМИ: анализ главных событий в стране, их влияние на деловую жизнь; обеспечение аудитории оперативной информацией; анализ <a href="#">экономических проблем</a>; распространение делового опыта; расширение делового кругозора; формирование идеологии предпринимательства и рыночного мышления. Виды деловых медиа, типология носителей деловых медиа.</p> <p>Систематизация сфер экономики и деловой среды, представляющих интерес для деловогомедиапроекта. Соответствие рубрикатора, структуры отделов редакции тематике и формату издания. Степень компетенции журналиста делового СМИ</p>
2	<b>Целевая аудитория деловых СМИ</b>	<p>Аудитория как массовое явление и социальная группа. Целевые аудитории в концепциях СМИ. Целевая аудитория деловых медиа. Социально-демографические, социально-профессиональные, социокультурные, идеологические и политические, потребительские, психологические характеристики аудитории. Потребительские характеристики аудитории деловой прессы. Психологические характеристики: мотивы обращения к информации и информационные интересы. Структура аудитории деловых СМИ</p>
3	<b>Источники информации</b>	<p>Институт экспертов деловых СМИ. Систематизация источников информации в деловом медиа,</p>

	<b>деловых медиа</b>	специфика и методы работы с ними. Типы источников информации. Законодательная и исполнительная власть как источник информации. Административные службы и общественные структуры. Информационные агентства деловой информации и корпоративные пресс-службы. Источники, ресурсы и носители информации. Специфика и способы использования различных носителей информации. Интернет-ресурсы как источник информации для журналиста
--	----------------------	--

#### **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**

##### **Тематика рефератов, проектов и т.п.**

Не предусмотрена.

#### **8. Контрольная работа.**

*Variант 1.*

1. Формат деловых медиа.
2. Жанрообразующие факторы: факт, событие, процесс, личность.

*Variант 2.*

1. Специфика жанров, их синтезирование.
2. Соотнесение жанров и рубрикатора в деловом СМИ.

Форма	Критерии оценивания
-------	---------------------

контроля	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 серьёзные 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.

## 9. Вопросы к зачету – (5 семестр)

1. Особенности новостной журналистики в деловом печатном издании.
2. Аналитическая журналистика в экономическом и деловом печатном издании.
3. Корреспондентская журналистика в экономической и деловой прессе.
4. Интервью в экономической и деловой прессе.
5. Региональная журналистика в экономическом и деловом печатном издании.
6. Принципиальные различия между понятиями «Экономическая журналистика» и «Деловая журналистика»
7. Основные источники получения сведений, информации, данных для экономических и деловых материалов
8. Стандартная упорядоченная структура новостного сообщения в деловых СМИ
9. Особенности экономической и деловой прессы как отдельного типа массмедиа.
- 10.Роль и место деловой журналистики в системе современных СМИ.
- 11.История деловых СМИ за рубежом и в России.
- 12.Первые деловые издания, их специфика
- 13.Сфера интересов деловых медиа.

14. Систематизация сфер экономики и деловой среды, представляющих интерес для деловогомедиaproекта
15. Типы и модели формирования структуры редакций: организационный аспект
16. Типовая структура редакции делового СМИ
17. Организационная структура, иерархия, структура подчинения, компетенция и зоны ответственности сотрудников
18. Типы сравнения статистических данных, типы графиков
19. Критерии выбора жанра при подготовке материала
20. Особенности сбора информации для разных жанров
21. Обзор жанров журналистики, используемых в деловых медиа: новостная журналистика, аналитическая (статьи, обзоры), корреспондентская, репортажная, интерактивная (интервью)
22. Жанрообразующие факторы: факт, событие, процесс, личность
23. Специфика и способы использования различных носителей информации
24. Интернет–ресурсы как источник информации для журналиста делового СМИ
25. Институт экспертов деловых СМИ
26. Систематизация источников информации в деловом медиа, специфика и методы работы с ними
27. Типы источников информации
28. Законодательная и исполнительная власть как источник деловой информации
29. Целевая аудитория деловых медиа
30. Социально-демографические, социально-профессиональные, социокультурные, идеологические и политические, потребительские, психологические характеристики аудитории
31. Особенности экономических и деловых СМИ как типа массмедиа
32. Принципы разделения экономической и деловой журналистики
33. Роль и место деловой журналистики в системе современных СМИ: анализ главных событий в стране, их влияние на деловую жизнь
34. Обеспечение аудитории деловых СМИ оперативной информацией
35. Анализ экономических проблем в деловых СМИ
36. Виды деловых медиа (типология деловых медиа)

## 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.

Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие успехи при выполнении дополнительных самостоятельных заданий, систематическая активная работа на практических занятиях.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не справился с 50% вопросов и заданий, в ответах на вопросы допустил существенные ошибки. Не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем.

	Не зачтено	Зачтено
теоретические знания	0-1	2-4
умение применять знания в обсуждении конкретных ситуаций, приводить примеры	0-1	2-4
умение решать проблемные ситуации	0-1	2-4

0-1 - ответы студента не соответствуют требованиям к оценке "зачтено";

2-4 - ответы студента соответствуют требованиям к оценке "зачтено";