

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

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

Факультет социологии и журналистики
Кафедра книговедения и редактирования

«Утверждаю»

Декан



27.08.2018 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

ОНЛАЙНОВЫЕ СМИ

43.03.03 «Издательское дело»

«Книгоиздательское дело»

наименование профиля подготовки

Москва 2018

Составитель / составители: МГГЭУ, доцент кафедры книговедения и редактирования факультета книгоиздания и редактирования Федоров Андрей

Олегович. 

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры книговедения и редактирования протокол № 1 от «27» августа 2018 г.

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий, протокол № 1 от «26» 08 2019 г.

Заведующий кафедрой



/ Тюрина Л.Г./

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий, протокол № 11 от «17» 06 2020 г.

Заведующий кафедрой



/ Федоров А.О./

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт фонда оценочных средств.....	4
2. Перечень компетенций	5
3. Примерный перечень оценочных средств.....	6
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.....	9

1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Онлайновые сми»

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (тематика занятий)	Формируемые компетенции (индекс)
1.	Тема 1. История возникновения и развития онлайновых СМИ. Преимущества онлайновых СМИ	<p>Модели онлайновых СМИ в развитии: видеотекст, платный Интернет, бесплатные Web-услуги. WWW (World Wide Web), рекламный Интернет, рекламная паутина, общие и индивидуальные порталы, многоцелевые порталы.</p> <p>Преимущества онлайновых СМИ: гипертекстовость, возможность сквозного поиска, отсутствие производственного цикла и др.</p>	ПК-24 ПК-20 ПК-23 ПК-15
2.	Тема 2. Функции и специфика онлайновых СМИ, их связь с традиционными средствами массовой информации; типология онлайновых СМИ	<p>Коммуникативная, социальная и информационная функции онлайн-СМИ, функция канала социального участия и контроля, развлекательная функция; ориентирующая и креативная функции.</p> <p>Существование контента в цифровой форме; емкость содержания и его мультимедийность; доступность, интерактивность и двусторонность коммуникация в Интернете; децентрализация источников и свобода потребителя информации выбирать и изменять цифровой контент.</p> <p>Типология: инфопорталы, онлайн-газеты, электронные журналы, интерактивные СМИ, электронные версии традиционных СМИ и др.</p>	ПК-24 ПК-20 ПК-23 ПК-15
3.	Тема 3. Изобразительные средства онлайновых СМИ	<p>Текст и гипертекст. Графическая концепция онлайн-СМИ: цвет, звук, графика, анимация и видео. Инфографика как ключевой способ представления информации. Функции статики и динамики.</p> <p>Навигация. Юзабилити. Мультимедиа-технологии в онлайн-СМИ.</p>	ПК-24 ПК-20 ПК-23 ПК-15
4.	Тема 4. Способы поиска, получения, производства, организации и распространения информации в онлайновых СМИ	<p>Поисковые системы и сервисы Рунета. Пути получения, производства, организации и распространения информации онлайн-СМИ: информагентства, информпорталы, смежные онлайн-издания, проблема авторства.</p>	ПК-24 ПК-20 ПК-23 ПК-15
5.	Тема 5. Социология и психология онлайновых СМИ; целевая аудитория и способы ее взаимодействия с авторами текстов	<p>Воздействие сетевых СМИ на сознание отдельного человека и социум в целом. Виртуальная имитационная реальность и человек. Социальный контроль посредством онлайн-СМИ. Проблемы психологической безопасности человека.</p> <p>Исследование и сегментирование целевой аудитории онлайн-СМИ. Коммуникатор и его</p>	ПК-24 ПК-20 ПК-23 ПК-15

		аудитория.	
6.	Тема 6. Экономические и организационные основы функционирования онлайн-СМИ	Сокращение производственных затрат; возможность рециклинга контента; появление новых форм «обратной связи» с читателем благодаря интерактивности; предложение новых услуг аудитории; увеличение прибыльности за счет более глубокого знания собственной аудитории; освобождение редакции онлайн-СМИ от физических ограничений.	ПК-24 ПК-20 ПК-23 ПК-15
7.	Тема 7. Правовое и этическое регулирование онлайн-СМИ	Правовая база деятельности российских Интернет-СМИ: Конституция РФ, законы «О средствах массовой информации», «О связи», «Об информации, информатизации и защите информации», «Об участии в международном информационном обмене». Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил оказания услуг связи по передаче данных». Норма ст. 24 Закона РФ «О СМИ» – «Иные средства массовой информации». Поправки к Закону «О СМИ». Реализация авторского права в онлайн-СМИ. Перспективы появления закона «Об Интернете».	ПК-24 ПК-20 ПК-23 ПК-15
8.	Тема 8. Специфика рекламы в онлайн-СМИ	Интернет-СМИ как канал рекламной коммуникации. Типология Интернет-рекламы: контекстная реклама, баннеры, e-mail-маркетинг и др. Стоимость и рентабельность рекламы в Интернет-СМИ. Преимущества рекламы в онлайн-СМИ: личный характер коммуникации, попадание в целевую аудиторию, гибкость, палитра средств воздействия, низкая стоимость контакта, высокая степень учета и контроль эффективности. Недостаток – ограниченность аудитории пользователями Интернета.	ПК-24 ПК-20 ПК-23 ПК-15

2. Перечень компетенций

1.1. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код	Содержание
-----	------------

компетенции	компетенции
ПК-15	Способность находить и принимать управленческие решения на всех этапах издательского процесса
ПК-20	Способность формировать информационную политику издательской организации
ПК-23	Способность применять программные средства разработки электронных изданий
ПК-24	Способность участвовать в формировании и выпуске номера периодического издания

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,	Вопросы по темам/разделам	экспертный

		раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	дисциплины	
--	--	--	------------	--

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

Оценк а	неудовлетворитель но	удовлетворитель но	хорошо	отлично
--------------------	---------------------------------	-------------------------------	---------------	----------------

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Организация входного, текущего и промежуточного контроля обучения

Входной контроль не предусмотрен.

Текущий контроль – проводится преподавателем на каждом занятии. Он представляет собой опрос и проверку заданий, как выполненных обучающимися самостоятельно, так и совместно на занятиях. Текущий контроль осуществляется по всем темам обучения дисциплине. В некоторых случаях контроль может осуществляться в форме мониторинга и завершаться исправлением допущенных обучающимися ошибок, письменными либо устными рекомендациями.

Промежуточная аттестация – по итогам изучения дисциплины обучающиеся сдают экзамен. К экзамену допускаются обучающиеся, отчитавшиеся по всем предусмотренным программой формам текущего контроля.

Текущий контроль – устный опрос, фронтальный опрос, коллоквиум-собеседование, проверка домашнего задания, контрольно-проверочная работа.

Промежуточная аттестация – экзамен.

5.2. Тематика рефератов, проектов, творческих заданий, эссе и т.п.

Не предусмотрена

5.3. Курсовая работа

5.4. Вопросы к зачету

5.5. Вопросы к экзамену

1. Примеры конкретных сайтов, которые можно отнести к разным видам онлайн-СМИ.
2. Примеры массовых коммуникаций в Интернете, кроме тех ресурсов, которые относятся к СМИ.
3. Основные признаки онлайн-СМИ.
4. Определение целевой аудитории сетевого СМИ. Ее особенности.
5. Специфика онлайн-коммуникации.
6. Роль коммуникатора в сетевом СМИ.
7. Специфика содержания (контента) сетевого СМИ.
8. Распределение ролей в Интернет-СМИ между аудиторией и коммуникатором.
9. Состояние онлайн-СМИ как одно- или двусторонней коммуникации.
10. Формальные признаки, которые должны быть присущи всем СМИ. Какими из этих признаков обладают СМИ в Интернете. Собственные признаки онлайн-СМИ.
11. Основные типизационные признаки онлайн-СМИ.
12. Периодичность обновления информации в интернет-изданиях от традиционных СМИ.
13. Типизационный признак СМИ в Интернете, связанный с ареалом распространения.

14. Особенности зон информационного внимания интернет-СМИ. Приведите примеры универсальных и специализированных изданий.
15. Оригинальные свойства интернет-СМИ, отличающие их от других каналов массовой информации.
16. Функции гипертекстовых ссылок. Отличие внутренних и внешних ссылок.
17. Понятие мультимедийность. Проанализируйте несколько Интернет-изданий с точки зрения использования мультимедиа-технологий.
18. Проявление свойств интерактивности в Интернет-СМИ. Форматы интерактивного общения, используемые в этих изданиях. Их назначение.
19. Время и причины появления первых электронных версий традиционных СМИ в сети.
20. Влияние экономических кризисов в России 1998 и 2009 годов на развитие Интернет-СМИ.
21. Первые профессиональные сетевые СМИ, не имеющие печатных версий.
22. Оригинальные свойства Интернет-СМИ, отличающие их от других каналов массовой коммуникации.
23. Принципиальное отличие интерактивности в сетевых изданиях по сравнению с другими СМИ.
24. Специфика коммуникативной функции Интернет-СМИ.
25. Авторские жанры сети.
26. Особенности формы подачи материалов в Интернет-СМИ.
27. Экономические условия, определяющие особенности развития сетевых изданий в России.
28. Специфика редакционно-издательский маркетинга Интернет-СМИ. Его цели, задачи и направления.
29. Виды средств, составляющие доходную часть сетевого издания.
30. Основные проблемы правового регулирования Интернет-изданий.

Критерии оценки

Оценкана экзамене

«Отлично» (5)» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал научной литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

«Хорошо» (4)» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Удовлетворительно» (3)» – оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно

правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

«Неудовлетворительно» (2)» – оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания.