

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и продвижение СМИ

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Организация распространения продукции СМИ**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Телегина И.Л.
	Идентификатор	Rde166e8d-TeleginaLL-6e52162c

И.Л. Телегина

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

А.А.
Веселов

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н.
Курилов

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ

ИД-1 Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ

ИД-5 Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ

ИД-6 Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Диджитал-маркетинг и Интернет-реклама (Контрольная работа)

2. Законодательные аспекты распространения продукции СМИ (Контрольная работа)

3. Особенности функционирования Интернет-изданий и создания онлайн-контента (Контрольная работа)

4. Социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ (Контрольная работа)

5. Этические вопросы распространения продукции СМИ (Контрольная работа)

БРС дисциплины

9 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-1 Законодательные аспекты распространения продукции СМИ (Контрольная работа)

КМ-2 Этические вопросы распространения продукции СМИ (Контрольная работа)

КМ-3 Социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ (Контрольная работа)

КМ-4 Особенности функционирования Интернет-изданий и создания онлайн-контента (Контрольная работа)

КМ-5 Диджитал-маркетинг и Интернет-реклама (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	3	6	9	12	15
Онлайновые ресурсы						

Законодательные аспекты распространения продукции СМИ. Авторство	+				
Экономика распространения продукции СМИ	+				
Классификация сетевых СМИ					
Эффекты функционирования масс-медиа		+			
Этическая сторона распространения продукции СМИ		+			
Традиционные СМИ					
Масс-медиа в Интернете особенности функционирования			+		
Интернет-журналистика как способ распространения продукции СМИ			+		
Организация работы редакции сетевого СМИ					
Особенности функционирования Интернет-изданий				+	
Общие принципы создания контента для масс медиа в Интернете				+	
Хостинг и продвижения онлайн-ресурсов					
Диджитал-маркетинг и реклама в Интернете: общая характеристика Digital-marketing					+
Технологии продвижения в Интернете					+
Вес КМ:	20	20	20	20	20

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ИД-1 _{ПК-1} Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	Знать: этические вопросы распространения продукции СМИ Уметь: применять законодательные аспекты распространения продукции СМИ	КМ-1 Законодательные аспекты распространения продукции СМИ (Контрольная работа) КМ-2 Этические вопросы распространения продукции СМИ (Контрольная работа)
ПК-1	ИД-5 _{ПК-1} Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	Уметь: использовать социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ продвигать онлайн-ресурсы	КМ-3 Социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ (Контрольная работа) КМ-4 Особенности функционирования Интернет-изданий и создания онлайн-контента (Контрольная работа)
ПК-1	ИД-6 _{ПК-1} Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ	Уметь: эффективно использовать новейшие информационные технологии в профессиональной деятельности	КМ-5 Диджитал-маркетинг и Интернет-реклама (Контрольная работа)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Законодательные аспекты распространения продукции СМИ

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 70 минут. Количество попыток не более 3х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизированный уникальным логином и паролем.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний об онлайн-ресурсах

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: применять законодательные аспекты распространения продукции СМИ	1. Изучите отдельные пункты Закона об авторском праве. Приведите примеры споров и попыток разрешения спорных ситуаций различными путями, связанных с тем или иным пунктом Закона 2. Опишите одну ситуацию, возможные последствия того или иного решения проблемы (не)соблюдения авторских прав; выразите личное мнение о данном конфликте. Как повлияли на имидж и репутацию субъектов правовых споров и судебных разбирательств

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-2. Этические вопросы распространения продукции СМИ

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 70 минут. Количество попыток не более 3х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизированный уникальным логином и паролем.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний по классификации сетевых СМИ

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: этические вопросы распространения продукции СМИ	1. Во всех развитых странах существуют специализированные системы такой информации: а) ложной б) научно-технической в) забытой Ответ: б 2. Средства фотокопирования относятся к средствам: а) гектографии б) микрографии в) репрографии Ответ: в 3. Теоретически неограниченный статистический набор данных, физически расположенный на магнитном или оптическом диске, имеющий уникальное имя и метки начала и конца, называется: а) файлом б) документом в) директорией Ответ: а 4. Число оценок степени непосредственного влияния информационных технологий на основную деятельность организаций: а) четыре б) пять в) две Ответ: в 5. При реализации хранилища данных особое значение приобретают следующие процессы работы с данными: а) извлечение, синтез, анализ, представление б) извлечение, преобразование, анализ, представление в) извлечение, преобразование, синтез, изменение Ответ: б

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-3. Социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания по вариантам отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку социокультурных и социально-психологических аспектов распространения продукции СМИ

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: использовать социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ	1.Приведите примеры различной продукции СМИ, выполняющих тождественные задачи, но различными средствами. Прокомментируйте выбор 2.Сопоставьте информационные сообщения в различных масс-медиа: в печатных СМИ (онлайн-изданиях) и на разных телеканалах (онлайн трансляции), выпущенные в приблизительно один промежуток времени

Описание шкалы оценивания:

Оценка: «зачтено»

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: «не зачтено»

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-4. Особенности функционирования Интернет-изданий и создания онлайн-контента

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания по вариантам отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку особенностей функционирования Интернет-изданий и создания онлайн-контента

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: продвигать онлайн-ресурсы	1.Сгенерируйте с помощью нейросети концепции трех Интернет-изданий, закладывая разные данные в задание для нейросети: целевую аудиторию; эмоционально-выразительные методы, используемые изданием; способы привлечения пользователей к тематическому контенту Интернет-изданий; объем информации в материалах (лонгриды или короткие заметки, таблоидный формат); тематика; количество фото- и видеоконтента в Интернет-издании; популярность или анонимность авторов; степень задействования мультимедийности; бюджет и т.п. 2.Пришлите копирасту созданных вариантов и прокомментируйте каждый: насколько вы довольны предложенными идеями или недовольны, с чем не согласны, что бы вы добавили в каждое издание

Описание шкалы оценивания:

Оценка: «зачтено»

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: «не зачтено»

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-5. Диджитал-маркетинг и Интернет-реклама

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания по вариантам отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний по диджитал-маркетингу и Интернет-рекламе

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: эффективно использовать новейшие информационные технологии в профессиональной деятельности	1.Выберите определённую сферу жизнедеятельности, хорошо представленную в Интернете. Изучите способы продвижения – реклама, PR, – используемые для элементов этой сферы 2.Пришлите скриншоты пиар- и/ или рекламных сообщений (баннер, тизер, заметка, информация о событии, контекстная информация, всплывающее окно и т.п.) 3.Предложите: а) способы расширения сферы влияния вашего объекта на рынок, потребителей и б) опишите 2 задачи, связанные с продвижением вашего объекта

Описание шкалы оценивания:

Оценка: «зачтено»

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: «не зачтено»

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

9 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

Вид билета связан с интерфейсом сервиса "Прометей"



Процедура проведения

В тесте 20 вопросов встречаются вопросы следующих типов:

1. с одним вариантом ответа (в вопросах «один из многих», система сравнивает ответ слушателя с правильным ответом и автоматически выставляет за него назначенный балл)
2. с выбором нескольких вариантов ответов (в вопросах «многие из многих» система оценивает каждый ответ отдельно; есть возможность разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
3. на соответствие слушатель должен привести в соответствие левую и правую часть ответа (в вопросах «соответствие» система оценивает каждый ответ отдельно; можно разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
4. развернутый ответ, вводится в ручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1ПК-1 Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ

Вопросы, задания

1. Законодательные аспекты распространения продукции СМИ. Авторство
2. Экономика распространения продукции СМИ
3. Эффекты функционирования масс-медиа

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Статьей 49 Закона «О СМИ» определены обязанности журналиста. Что не входит в их перечень?

Ответы:

- а) своевременно информировать граждан и власти о важных для их жизнедеятельности событиях;
- б) проверять достоверность сообщаемой им информации;
- в) предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста;

г) при получении информации от граждан и должностных лиц ставить их в известность о проведении аудио- и видеозаписи, кино- и фотосъемки

Верный ответ: г

2. Информационные ресурсы являются одним из видов общественных, экономических ресурсов:

Ответы:

а) факторов ведения дел б) факторов производства в) факторов деятельности

Верный ответ: б

3. Укажите правильный вариант формулировки Закона о СМИ. Розничная продажа тиража периодических печатных изданий в местах, не являющихся общедоступными, - помещениях и иных объектах, в отношении которых собственником или лицом, уполномоченным управлять его имуществом, установлен особый режим пользования, - допускается

Ответы:

а) только с согласия указанных лиц б) только при условии разрешения со стороны Роспотребнадзора

Верный ответ: а

2. Компетенция/Индикатор: ИД-5ПК-1 Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ

Вопросы, задания

1. Этическая сторона распространения продукции СМИ

2. Масс-медиа в Интернете особенности функционирования

3. Интернет-журналистика как способ распространения продукции СМИ

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Между информационными ресурсами и всякими иными существует одно важнейшее различие:

Ответы:

а) всякий ресурс, кроме информационного, после использования исчезает б) всякий ресурс, кроме информационного, после использования не исчезает в) всякий ресурс, кроме информационного, после использования переходит на новый уровень

Верный ответ: а

2. Огромные информационные ресурсы скрыты в:

Ответы:

а) магазинах б) частных коллекциях в) библиотеках

Верный ответ: в

3. Во всех развитых странах существуют специализированные системы такой информации:

Ответы:

а) ложной б) научно-технической в) забытой

Верный ответ: б

3. Компетенция/Индикатор: ИД-6ПК-1 Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ

Вопросы, задания

1. Особенности функционирования Интернет-изданий

2. Общие принципы создания контента для масс медиа в Интернете

3. Диджитал-маркетинг и реклама в Интернете общая характеристика

4. Технологии продвижения в Интернете

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Средства фотокопирования относятся к средствам:

Ответы:

а) гектографии б) микрографии в) репрографии

Верный ответ: в

2. Теоретически неограниченный статистический набор данных, физически расположенный на магнитном или оптическом диске, имеющий уникальное имя и метки начала и конца, называется:

Ответы:

а) файлом б) документом в) директорией

Верный ответ: а

3. Число оценок степени непосредственного влияния информационных технологий на основную деятельность организаций:

Ответы:

а) четыре б) пять в) две

Верный ответ: в

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. на вопросы углубленного уровня

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.