

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»**

Экономический факультет

Кафедра гуманитарных дисциплин, гражданского и уголовного права

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой

Плаксин В.Н.

14.10.2020

Фонд оценочных средств
по дисциплине Б1.В.ДВ.11.2 Средства массовой информации и власть
для направления 38.03.04 Государственное и муниципальное управление
профиль Муниципальное управление сельских территорий

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индекс	Формулировка	Разделы дисциплины	
		1	2
ПК-9	способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации	+	+
ПК-11	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	+	+
ПК-23	владением навыками планирования и организации деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций	+	+

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1 Шкала академических оценок освоения дисциплины

Виды оценок	Оценки	
Академическая оценка по 2-х балльной шкале (зачет)	не зачтено	зачтено

2.2 Текущий контроль

Код	Планируемые результаты	Раздел дисциплины	Содержание требования в разрезе разделов дисциплины	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№Задания		
						Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ПК-9	<p>знать: понятия «общение», «коммуникация», «деловая коммуникация», «коммуникационный процесс»; виды и функции общения; формы и виды деловой коммуникации; вербальные и невербальные средства коммуникации; язык жестов в деловом общении; правила и полезные способы взаимодействия для успешной коммуникации; приемы и виды активного слушания; особенности деловой коммуникации в различных национальных культурах;</p> <p>уметь: выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать</p>	1-2	<p>понятия «общение», «коммуникация», «деловая коммуникация», «коммуникационный процесс»; виды и функции общения; формы и виды деловой коммуникации; вербальные и невербальные средства коммуникации; язык жестов в деловом общении; правила и полезные способы взаимодействия для успешной коммуникации; приемы и виды активного слушания; особенности деловой коммуникации в различных</p>	<p>Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа</p>	<p>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, выполнение эссе из раздела 3.2 Подготовка доклада из раздела 3.2.4 Решение практической ситуационной задачи (1-10) из раздела 3.2.3</p>	<p>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, Решение практической ситуационной задачи (1-3) из раздела 3.2.3</p>	<p>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, выполнение эссе из раздела 3.2 Решение практической ситуационной задачи (1-6) из раздела 3.2.3</p>	<p>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, выполнен ие эссе из раздела 3.2 Подгото вка доклада из раздела 3.2.4 выполнен ие творческ ого проекта из раздела</p>

	<p>оптимальный вариант решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения; давать характеристику деловому общению, официально – деловому стилю речи; различать вербальные и невербальные средства коммуникации; преодолевать речевые барьеры при общении; задавать вопросы, правильно отвечать на некорректные вопросы; использовать приемы активного слушания; эффективно взаимодействовать в коллективе по принятию коллегиальных решений;</p> <p>иметь навыки: составления пресс-релизов, рефератов, справок, коммюнике; владеть основными методами таких форм деловой коммуникации, как деловая беседа,</p>		<p>национальных культурах;</p>					<p>3.5 Решение практической ситуационной задачи (1-10) из раздела 3.2.3</p>
--	---	--	--------------------------------	--	--	--	--	---

	переговоры, презентации, дискуссии и т.д.; - владеть знаниями об имидже делового человека; навыками грамотно и профессионально вести телефонный разговор, деловую переписку, деловые переговоры							
ПК-11	<p>знать: основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы;</p> <p>уметь: формировать и продвигать имидж государственной и муниципальной службы</p> <p>иметь навыки: приемами и навыками формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</p>	1-2	<p>основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</p> <p>уметь: формировать и продвигать имидж государственной и муниципальной службы</p>	Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа	<p>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, выполнение эссе из раздела 3.2</p> <p>Подготовка доклада из раздела 3.2.4</p> <p>Решение практической ситуационной задачи (1-10) из раздела 3.2.3</p>	<p>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, Решение практической ситуационной задачи (1-3) из раздела 3.2.3</p>	<p>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, выполнение эссе из раздела 3.2</p> <p>Решение практической ситуационной задачи (1-6) из раздела 3.2.3</p>	<p>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, выполнение эссе из раздела 3.2</p> <p>Подготовка доклада из раздела 3.2.4</p> <p>выполнение</p>

								<i>творческого проекта из раздела 3.5 Решение практической ситуационной задачи (1-10) из раздела 3.2.3</i>
ПК-23	знать: теорию и практику массовой информации, виды, типы и каналы массовой информации; средства массовой информации, характер регулирования массовой информации в печати, радиовещании, на телевидении и в других СМИ; основы планирования массовой информации уметь: выявлять актуальные проблемы и достижения российского	<i>1-2</i>	теорию и практику массовой информации, виды, типы и каналы массовой информации; средства массовой информации, характер регулирования массовой информации в печати, радиовещании, на телевидении и в других СМИ; основы планирования	<i>Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа</i>	<i>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, выполнение эссе из раздела 3.2 Подготовка доклада из раздела 3.2.4 Решение практической ситуационной задачи (1-10)</i>	<i>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, Решение практической ситуационной задачи (1-3) из раздела</i>	<i>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, выполнение эссе из раздела 3.2 Решение практической ситуационной задачи (1-6) из раздела</i>	<i>Тестирование (из раздела 3.3.), участие в работе на семинаре (круглый стол,) из раздела 3.2, выполнение эссе из раздела 3.2 Подготовка</i>

	<p>медиарынка на современном этапе развития; организовывать проекты создания и внедрения информационных систем; организовывать простые и более сложные системы и организации на основе массовой информации; иметь навыки: методиками организационного проектирования; основными подходами к стратегическому планированию, процедурами по созданию организационных структур</p>		<p>массовой информации уметь: выявлять</p>		<p>из раздела 3.2.3</p>	<p>3.2.3</p>	<p>3.2.3</p>	<p>доклада из раздела 3.2.4 выполнен ие творческого проекта из раздела 3.5 Решение практической ситуационной задачи (1-10) из раздела 3.2.3</p>
--	--	--	--	--	-------------------------	--------------	--------------	---

2.3 Промежуточная аттестация

Код	Планируемые результаты	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№Задания		
				Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ПК-9	<p>знать: понятия «общение», «деловая коммуникация», «коммуникационный процесс»; виды и функции общения;</p>	<p><i>Семинарские занятия, самостоятельная</i></p>	<p><i>зачет</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1, 3.2</i> <i>Тесты из</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1, 3.2</i> <i>Тесты из</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1, 3.2</i> <i>Тесты из</i></p>

	<p>формы и виды деловой коммуникации; вербальные и невербальные средства коммуникации; язык жестов в деловом общении; правила и полезные способы взаимодействия для успешной коммуникации; приемы и виды активного слушания; особенности деловой коммуникации в различных национальных культурах;</p> <p>уметь: выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения; давать характеристику деловому общению, официально – деловому стилю речи; различать вербальные и невербальные средства коммуникации; преодолевать речевые барьеры при общении; задавать вопросы, правильно отвечать на некорректные вопросы; использовать приемы активного слушания; эффективно взаимодействовать в коллективе по принятию коллегиальных решений;</p> <p>иметь навыки: составления пресс-релизов, рефератов, справок, коммюнике; владеть основными методами таких форм деловой коммуникации, как деловая беседа, переговоры, презентации, дискуссии и</p>	<p><i>работа</i></p>		<p><i>раздела 3.3. Решение практической ситуационной задачи (1-3) из раздела 3.2.3</i></p>	<p><i>раздела 3.3. Решение практической ситуационной задачи (1-6) из раздела 3.2.3</i></p>	<p><i>раздела 3.3. Решение практической ситуационной задачи (1-10) из раздела 3.2.3</i></p>
--	---	----------------------	--	--	--	---

	т.д.; - владеть знаниями об имидже делового человека; навыками грамотно и профессионально вести телефонный разговор, деловую переписку, деловые переговоры					
ПК-11	<p>знать: основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы;</p> <p>уметь: формировать и продвигать имидж государственной и муниципальной службы</p> <p>иметь навыки: приемами и навыками формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</p>	<i>Семинарские занятия, самостоятельная работа</i>	<i>зачет</i>	<p><i>Задания из разделов 3.1, 3.2</i></p> <p><i>Тесты из раздела 3.3.</i></p> <p><i>Решение практической ситуационной задачи (1-3) из раздела 3.2.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1, 3.2</i></p> <p><i>Тесты из раздела 3.3.</i></p> <p><i>Решение практической ситуационной задачи (1-6) из раздела 3.2.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1, 3.2</i></p> <p><i>Тесты из раздела 3.3.</i></p> <p><i>Решение практической ситуационной задачи (1-10) из раздела 3.2.3</i></p>
ПК-23	владением навыками планирования и организации деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций	<i>Семинарские занятия, самостоятельная работа</i>	<i>зачет</i>	<p><i>Задания из разделов 3.1, 3.2</i></p> <p><i>Тесты из раздела 3.3.</i></p> <p><i>Решение практической ситуационной задачи (1-3) из раздела 3.2.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1, 3.2</i></p> <p><i>Тесты из раздела 3.3.</i></p> <p><i>Решение практической ситуационной задачи (1-6) из раздела 3.2.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1, 3.2</i></p> <p><i>Тесты из раздела 3.3.</i></p> <p><i>Решение практической ситуационной задачи (1-10) из раздела 3.2.3</i></p>

2.4 Критерии оценки на зачете

Критерии проставления зачета по дисциплине:

«Зачтено» по дисциплине «Средства массовой информации и власть» выставляется по итогам проведенного текущего контроля и при выполнении заданий всех практических и лекционных занятий, рефератов и самостоятельной работы студентов. Решающим фактором при выставлении зачета является успешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

«Не зачтено» по дисциплине «Средства массовой информации и власть» выставляется, если студент не выполняет задания практических и лекционных занятий, а также текущего контроля и самостоятельной работы. Решающим фактором при выставлении оценки «не зачтено» является безуспешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

2.6 Критерии оценки тестов

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки	Показатель оценки сформированной компетенции
Пороговый	<i>Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления.</i>	<i>Не менее 55 % баллов за задания теста.</i>
Продвинутый	<i>Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал.</i>	<i>Не менее 75 % баллов за задания теста.</i>
Высокий	<i>Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует.</i>	<i>Не менее 90 % баллов за задания теста.</i>
Компетенция не сформирована		<i>Менее 55 % баллов за задания теста.</i>

2.7 Критерии оценки эссе

Критерий	Требования к эссе	Максимальное количество баллов
Знание и понимание теоретического материала	<ul style="list-style-type: none">- рассматриваемые понятия определяются четко и полно, приводятся соответствующие примеры;- используемые понятия строго соответствуют теме;- самостоятельность выполнения работы	15
Анализ и оценка информации	<ul style="list-style-type: none">- грамотно применяется категория анализа;- умело используются приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений;- объясняются альтернативные взгляды на	25

	рассматриваемую проблему; - обоснованно интерпретируется текстовая информация; - дается личная оценка проблеме	
Построение суждений	- изложение ясное и четкое; - приводимые доказательства логичны; - выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией; -приводятся различные точки зрения и их личная оценка; - общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи	45
Оформление	- выполнение требований по оформлению в полной мере; - наличие иллюстративного материала; - творческий подход	15

Оценка «отлично» - от 90 до 100 баллов.

Оценка «хорошо» - от 80 до 89 баллов.

Оценка «удовлетворительно» - от 60 до 79 баллов.

Оценка «неудовлетворительно» - от 0 до 59 баллов.

2.8 Критерии оценки доклада

Доклад, сообщение – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

№ п/п	Оцениваемые параметры	Оценка в баллах
1.	Качество доклада:	
	- свободная речь, доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом;	3
	- доклад рассказывается, но не объясняется суть работы, речь косноязычна;	2
	- свободное владение текстом, обращение к слушателям; - текст зачитывается монотонно, без обращения к слушателям..	1 0
2.	Использование демонстрационного материала:	
	- автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался;	2
	- использовался в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности; - представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно.	1 0

№ п/п	Оцениваемые параметры	Оценка в баллах
3.	Качество ответов на вопросы:	
	- отвечает на вопросы;	3
	- не может ответить на большинство вопросов;	2
	- не может четко ответить на вопросы.	1
4.	Владение научным и специальным аппаратом:	
	- показано владение специальным аппаратом;	3
	- использованы общенаучные и специальные термины;	2
	- показано владение базовым аппаратом.	1
5.	Четкость выводов:	
	- полностью характеризуют работу;	3
	- нечеткие;	2
	- имеются, но не доказаны.	1
Итого: 14 баллов		

Оценка «отлично» - от 11 до 14 баллов.

Оценка «хорошо» - от 8 до 10 баллов.

Оценка «удовлетворительно» - от 4 до 7 баллов.

При количестве баллов менее 4 – рекомендовать доработать доклад и представить его тезисно.

2.9 Критерии оценки контрольной работы

1. Соответствие содержания теме.
2. Глубина, полнота раскрытия темы (тем).
3. Логика изложения материала.
4. Терминологическая четкость.

Контрольная работа не может быть оценена положительно, если в ней поверхностно раскрыты вопросы, допущены принципиальные ошибки, а также при условии механически переписанного материала из учебников или другой литературы. В случае неудовлетворительной оценки контрольная работа направляется студенту для повторного выполнения. К повторно выполненной работе необходимо приложить первую редакцию.

2.10 Критерии участия в круглом столе (дискуссии, диспуте, дебатах, коллоквиуме)

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Семинар, проводимый в форме (группового обсуждения, круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов) предполагает коллективное обсуждение какой-либо проблемы с целью установления путей ее достоверного решения. Такой семинар проводится в форме диалогического общения его участников. Он предполагает высокую умственную активность, прививает умение вести полемику, обсуждать проблему, защищать свои взгляды и убеждения, лаконично и ясно излагать мысли.

Основными функциями семинара являются познавательная, воспитательная, функция контроля за содержательностью, глубиной и систематичностью самостоятельной работы студентов, а также организационно-ориентационная и систематизирующая. Учебная дискуссия – один из методов проблемного обучения. Она используется при

анализе проблемных ситуаций, когда необходим простой и однозначный ответ на вопрос, при этом имеются альтернативные варианты ответов. С целью вовлечения в дискуссию всех присутствующих целесообразно использовать метод сотрудничества, который основывается на взаимном обучении при совместной работе. В этом случае интегрируются интеллектуальные усилия и энергия сокурсников для достижения единой цели.

При учебном сотрудничестве можно использовать такую схему действий:

- определить проблему;
- сформировать небольшие группы, распределить роли;
- донести итоги обсуждения до группы.

Таким образом, семинар, проводимый в форме (группового обсуждения, круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов) – это специально подготовленный и организованный научный спор на актуальную тему, в котором участвуют члены группы. Функции действующих лиц на семинаре могут быть различными (таблица 1).

Таблица 1. **Функции действующих лиц на семинаре-диспуте**

Действующее лицо	Выполняемая работа
Докладчик	Излагает в краткой форме сущность защищаемой точки зрения, позиции
Содокладчик	Аргументирует, обосновывает, иллюстрирует позицию докладчика, может представлять статистические сведения, факты
Оппонент	Высказывает собственную точку зрения по рассматриваемому вопросу (отличающуюся от избранной докладчиком) и приводит контрпримеры и контраргументы
Эксперт	Ответственен за сравнительный анализ аргументов и контраргументов, определяет их достоверность
«Провокатор»	Задает «спорные» вопросы, приводит неожиданные примеры - инициирует общую дискуссию
Ассистент	Осуществляет материально-техническое обеспечение (плакаты, схемы, диаграммы и т. д.)

Для выставления итоговой оценки студенту можно воспользоваться следующим перечнем критериев:

Таблица 2. **Критерии эффективной работы студента на семинаре**

Критерий оценки	Оценка (баллы)	Замечание
1. Актуальность темы		
2. Качество ответов на вопросы		
3. Теоретический уровень знаний		
4. Подкрепление материалов фактическими данными (статистические данные или др.)		
5. Практическая ценность материала		
6. Способность делать выводы		
7. Способность отстаивать собственную точку зрения		
8. Способность ориентироваться в представленном материале		
9. Степень участия в общей дискуссии		
<i>Итоговая сумма баллов:</i>		

Участие в работе оценивается по шкале от 0 до 5 баллов.

Работу каждого студента можно оценить по итоговой сумме набранных им баллов.

Оценка «отлично» - от 40 до 45 баллов.

Оценка «хорошо» - от 36 до 39 баллов.

Оценка «удовлетворительно» - от 25 до 35 баллов.

Оценка «неудовлетворительно» - от 0 до 24 баллов.

Высшим достижением семинара можно считать ситуации, в которых продуцируются методические средства и формы работы и студенты пользуются ими самостоятельно, что стимулирует творческий поиск новых возможностей. В итоге, результативность проведенного семинара может быть оценена такими важнейшими с точки зрения качества преподавания критериями, как:

- развитие навыков самостоятельной работы студентов, развитие умения самостоятельного поиска и обработки информации. Этому способствуют домашние задания, формулировка вопросов для подготовки, указание первоисточников.

- активизация интеллектуальной деятельности студентов, а также стимулирование мыслительной деятельности (запоминание и точное воспроизведение информации; продуктивная активность: аналитическая и обобщающая мыслительная деятельность студентов).

2.10 Допуск к сдаче зачета

1. Посещение лекций и практических занятий. Допускается один пропуск без предъявления справки.
2. Выполнение внеаудиторных заданий.
3. Активное участие в работе на семинарах.
4. Подготовка доклада.

2.11 Критерии оценки практической ситуационной задачи

Практические ситуационные задачи (задания) – задания, выполняемые студентами по результатам пройденной теории. Ситуационное задание включает в себя не просто ответ на вопрос, а описание (письменное или устное) осмысленного отношения к полученной теории, т.е. рефлексию, либо применение данных теоретических знаний на практике (например, после теоретического занятия).

Критерии оценки решения практической ситуационной задачи

Оценка «отлично»:

- комплексная оценка предложенной ситуации; знание теоретического материала с учетом междисциплинарных связей; полные ответы на все вопросы к задаче;

Оценка «хорошо»:

- комплексная оценка предложенной ситуации, незначительные затруднения при ответе на теоретические вопросы; неполные ответы на все вопросы к задаче, неполное раскрытие междисциплинарных связей;

Оценка «удовлетворительно»:

- затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации; неполные ответы на вопросы к задаче, требующие наводящих вопросов педагога; ответы даны только на 50% вопросов к задаче;

Оценка «неудовлетворительно»:

- неверная оценка ситуации; неправильные ответы на вопросы к задаче; ответы на вопросы к задаче не даны.

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1 Вопросы к зачету

1. Особенности журналистики как социального института в России.
2. Пресса: газеты и журналы.
3. Радио.
4. Телевидение.
5. Интернет.
6. Информационные агентства.
7. СМИ как система.
8. Перспективы развития СМИ.
9. Понятие и роль общественного мнения в жизни общества.
10. Этапы кампании по формированию общественного мнения.
11. Проблемы защиты чести и достоинства, деловой репутации граждан и организаций, задетых в СМИ.
12. Особенности защиты чести и достоинства граждан при оскорблении и клевете.
13. Понятия «целевая аудитория», «ключевая аудитория», «конечный потребитель», «лидеры общественного мнения».
14. Пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный).
15. Информационная справка (бэкграунд).
16. Пресс-кит.
17. Заявление для печати.
18. Интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное).
19. Информационный бюллетень.
20. Сценарий PR-мероприятия.
21. Имиджевые корпоративные документы.
22. Интерактивные электронные имиджевые документы в Интернете.
23. Понятие имиджа. Управление имиджем организации, персоны.
24. Правовые акты в сфере СМИ, рекламы.
25. Организация связей со средствами массовой информации.
26. Центральные СМИ, региональные СМИ, местные СМИ.
27. Преимущества и недостатки каждого вида СМИ/
28. Медиа-планирование.
29. Фокусные группы.
30. Пресс-конференция и брифинг: сходства и различия.
31. Организация презентации.
32. Подготовка и проведение PR-кампании.

3.2 Перечень тем для эссе:

1. СМИ в современной экономике.
2. СМИ – двоякий рынок товаров и услуг.
3. Географический рынок СМИ.
4. Спрос и предложение в медиаэкономике.
5. «Парадокс разнообразия» в СМИ.
6. Конкуренция СМИ на рынке содержания, свободного времени и рекламы.
7. Особенности газетной индустрии.
8. Особенности журнальной индустрии.

9. Механизмы государственного вмешательства в экономику печатных СМИ. Модели организации телевизионной индустрии.
10. Особенности телевизионной индустрии.
11. Организационные особенности телесетей.
12. Основные конкурентные преимущества радио на современном медиа рынке.
13. Рыночные стратегии радиовещания.
14. Форматы радиовещания.
15. Особенности российского медиарынка.
16. Организационные и экономические основы функционирования кабельного телевидения.
17. Онлайн-СМИ как новый сегмент медиаиндустрии.
18. Журналистика в условиях развития информационно-коммуникационных технологий.

3.2.1 Перечень тем для круглого стола

1. Нужны ли СМИ в современном обществе?
2. СМИ и пропаганда.
3. Этика в СМИ.

3.2.2 Темы контрольных работ

1. Спичрайтинг и копирайтинг.
2. Перспективы развития взаимодействия исполнительной власти и средств массовой информации.
3. Интернет как средство массовой информации.
4. Политические свободы и СМИ.
5. СМИ – четвертая ветвь власти.
6. История возникновения телевидения.
7. История журналистики.
8. История радио.
9. Печатные СМИ: перспективы существования.
10. СМИ как сервис власти.

3.2.3 Практические ситуационные задачи

Практическая ситуационная задача 1

Многих студентов волнует проблема льгот на проезд в муниципальном транспорте. Это вопрос, решаемый на уровне местной власти. Приведите примерную схему цивилизованного лоббирования для решения этой проблемы.

Практическая ситуационная задача 2

Снимите на видеокамеру один из фрагментов совещания, презентации, пресс – конференции (или изучите материалы, представленные в СМИ). Дайте оценку культурному уровню вербальных и невербальных коммуникаций, ораторскому искусству и в целом речевому поведению (фирменному жаргону), внешнему виду участников. Подумайте, что необходимо улучшить в целях достижения позитивного корпоративного стиля.

Практическая ситуационная задача 3

Проанализируйте информационные выпуски РТР за неделю. Работу каких государственных PR-структур вы можете отметить? Как вы ее оцениваете?

Практическая ситуационная задача 4

Проведите анализ нескольких журналистских сообщений, рекламных текстов и PR-акций или публикаций. Как интерпретируется предмет коммуникации в этих сообщениях? От чего зависят различия в интерпретации? Какие средства для этого используются? На какую аудиторию рассчитаны эти сообщения?

Практическая ситуационная задача 5

Известно, что пресса, радио, телевидение – это инструменты для осуществления программы публичных отношений. Какие из этих инструментов вы бы использовали в собственной практике профессиональной деятельности: обзорные или аналитические статьи, PR-обращения на радио, ТВ, рекламные буклеты, пресс-релизы или другие элементы СМИ?

Практическая ситуационная задача 6

Изучите итоги последних выборов в органы власти (федеральные или региональные). Какие PR-технологии, на ваш взгляд, были наиболее результативны и почему? Проанализируйте причины проигрыша ранее популярного политика. Какие ошибки в продвижении его имиджа вы можете назвать?

Практическая ситуационная задача 7

На конкретном примере осуществления механизма связи с прессой и другими средствами массовой информации определите основные этапы прохождения информации о сообщении какого-либо важного события.

Практическая ситуационная задача 8

Проведите эксперимент: наблюдая за поведением вашей группы в ходе нескольких дней, выявите моменты, когда группа находится в состоянии «массы», когда она находится в состоянии «общественности»?

Практическая ситуационная задача 9

Найдите в подшивке местной газеты отчет банка или крупной компании с формулировкой миссии. Проанализируйте текст миссии с учетом существующих норм. Цель PR-проекта: обеспечив высокий уровень положительной известности университета, добиться увеличения конкурса при поступлении на его гуманитарные факультеты. Какие целевые аудитории для реализации данного проекта вы выделите? Обсудите варианты. Напишите самостоятельную работу.

Практическая ситуационная задача 10

Подготовьте пресс-релиз (информационный повод придумайте сами). Оформите его в соответствии с требованиями. Обоснуйте.

3.2.4 Темы докладов

1. Исследование целевой аудитории
2. Планирование избирательной PR-кампании
3. Построение системы коммуникации и оценка итогов кампании
4. Управление восприятием целевой аудитории
5. Типы и виды выборки
6. Методы сбора информации
7. Обработка данных исследования
8. Сущность чёрного PR
9. Методы чёрного PR
10. Защита от чёрного PR

11. Специфика имиджа политика
12. Имидж и харизма
13. Формирование имиджа кандидата
14. Элементы политического имиджа
15. Основа политического имиджа: легенда, позиции, установки
16. Методика изучения имиджа и его коррекция
17. Правила формирования политического имиджа
18. Модели бюрократии
19. Роль PR в деятельности органов государственной (муниципальной) власти
20. Задачи и принципы построения службы PR в органах государственной (муниципальной) власти
21. Основные способы взаимодействия органа государственной (муниципальной) власти со средствами массовой информации

3.3 Тестовые задания

1. Какая новая информационная технология способствовала развитию сетевых СМИ?
А. электронная почта;
Б. WWW на базе гипертекста;
В. технология поисковой системы.
2. Что не является признаком информационного общества?
А. возникновение новых СМИ, ориентированных на аудиторию и функционирующие при ее активном участии;
Б. открытость, бесплатность, постоянность, доступность и качественность информации;
В. осуществление цензурного отбора и предварительной обработки информации.
3. Какая из проблем относится к проблемам информационной безопасности?
А. несоответствие языковых кодировок;
Б. отсутствие гарантии конфиденциальности;
В. высокая стоимость компьютерной техники.
4. Благодаря новым информационным технологиям, индивид может:
А. работать над публикацией, не выходя из дома;
Б. не заниматься проверкой информации;
В. использовать тексты чужих публикаций без ссылки.
5. Что не учитывает пользователь при подготовке текстов, предназначенных для сетевых СМИ?
А. количество гиперссылок в тексте;
Б. быструю утомляемость при «общении» с компьютером;
В. фирму провайдера.
6. Какая черта интернет-личности не влияет на язык сетевых СМИ?
А. демократичность;
Б. внимание к языковым средствам;
В. виртуальная маска.
7. Какая из операций работы журналиста над текстом не связана с текстовым редактором?
А. набор текста;
Б. редактирование текста;
В. сортировка базы данных.

8. Что не входит в правила компьютерного редактирования текста при его подготовке к компьютерной верстке?

- А. запрет принудительной расстановки переносов;
- Б. набор текста точно заданным размером шрифта;
- В. запрет на выставление табуляции.**

9. Интернет в персональной работе индивида:

- А. не устанавливает интерактивную обратную связь с аудиторией;
- Б. не помогает создать базу полезных сетевых ресурсов;
- В. не обеспечивает достоверность информации.**

10. Для сбора информации в Интернете журналист не может использовать:

- А. электронную почту;
- Б. справочно-поисковые системы;
- В. текстовый редактор Word.**

11. Интернет помогает журналисту реализовать свои профессиональные потребности в:

- А. коммуникации;
- Б. информатизации;
- В. работе с информацией.**

12. Какой метод работы автора текста невозможно реализовать в Интернете?

- А. интервью;**
- Б. наблюдение;
- В. работа с документальными источниками.

13. Какой жанр невозможен?

- А. киберочерк;
- Б. киберинтервью;**
- В. киберрепортаж.

14. Новое направление исследовательской журналистики основано на:

- А. возможностях поиска информации в сети;**
- Б. коммуникативных возможностях Интернета;
- В. возможностях компьютерной сортировки информации в релятивных базах данных.

15. Этика сбора информации журналистом в процессе общения в чатах и на форумах не предполагает:

- А. его позиционирования как журналиста;
- Б. ссылок на источники используемой информации
- В. какого-либо специального разрешения**

16. Какое из утверждений неверно?

- А. Шрифтовые способы выделения элементов текста на полосе – это курсив, прямой полужирный шрифт, набор прописными буквами;
- Б. Нешрифтовые способы выделения текста на полосе – это втяжка, выделение цветом, фоновая подложка, выворотка и буквица;
- В. Разрядка является нешрифтовым способом выделения элементов текста на полосе.**

17. Основная мысль публикации может быть оформлена в тексте как:

- А. Вынос в тексте;**

- Б. Лид;
- В. Постскрипtum.

18. Графическое оформление какой части заголовочного комплекса должно быть выполнено в одном стиле на всех полосах?

- А. Подзаголовки;
- Б. Рубрики;
- В. Заголовки.

19. Иллюстративным материалом на полосе не являются:

- А. Фотографии;
- Б. Маркеры;
- В. Инфографика.

20. Что такое модель газеты?

- А. Это образец, эталон композиции и графики газеты;
- Б. Это оригинал-макет;
- В. Это сигнальный экземпляр.

21. Что такое собственно сетевое СМИ?

- А. Издание, существующее только в Интернете;
- Б. Сетевая версия традиционного СМИ;
- В. Специализированное традиционное СМИ, посвященное проблемам Интернета.

22. Что является критерием для причисления Интернет-издания к структуре СМИ?

- А. характерная форма издания;
- Б. наличие и публичная презентация редакционного коллектива;
- В. характерное содержание издания

23. Какое традиционное СМИ полностью перешло на новые информационные технологии?

- А. информационные агентства;
- Б. периодическая печать;
- В. телевидение

24. Что является характерной чертой сетевого СМИ?

- А. отсутствие понятия периодичности;
- Б. отсутствие понятия тиража;
- В. отсутствие понятия факта.

25. Чем отличается сетевая газета от бумажной?

- А. общими требованиями к журналистским публикациям;
- Б. наличием архива;
- В. возможностью предоставить список активных ссылок по теме публикации.

26. Целью, ради которой разрабатывается сайт, может быть:

- А. Распространение информации о компании или ее продвижение в Интернете
- Б. Привлечение инвесторов и рекламодателей
- В. Формирование благоприятного имиджа компании в Интернете
- Г. Все вышеперечисленное

27. Минимальные усилия для продвижения сайта в Интернете заключаются в:
- А. Создании баннеров
 - Б. Тщательной подготовке материалов для сайта
 - В. Индексация сайта в поисковых системах
 - Г. Создании WEB-конференции
28. СМИ в Интернете делятся на:
- А. Сетевые издания и онлайн-версии печатных СМИ
 - Б. Дневные и ночные СМИ
 - В. Ежедневные и еженедельные СМИ.
29. Какая модель распространения информации характерна для Интернета:
- А. Горизонтальная
 - Б. Вертикальная
30. Какой формат изображения наиболее предпочтителен при печати для наилучшего качества?
- А. JPEG
 - Б. TIFF
 - В. PSD
31. Для работы с каким типом графики предназначен PHOTOSHOP?
- А. Векторным
 - Б. Растровым
32. Основное свойство слоев в PHOTOSHOP?
- А. Возможность вносить изменения в любой из слоев, не затрагивая другие
 - Б. Можно редактировать одновременно несколько изображений
 - В. Мы можем сохранять готовый файл в нескольких форматах
33. При верстке в PAGEMAKER текст располагается:
- А. В рамке
 - Б. По колонкам
 - В. И в рамке, и по колонкам
34. Параметры верстки основного текста:
- А. Редактируются только в библиотеке стилей
 - Б. Редактируются в библиотеке стилей и корректируются вручную
 - В. Редактируются вручную
35. Определите порядок этапов создания сайта:
- А. Разработка содержания сайта;
 - Б. Определение целей создания сайта;
 - В. Разработка дизайна сайта;
 - Г. Определение целевого сегмента потребителей;
 - Д. Оценка эффективности работы сайта.

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1 Положение о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся: Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся П ВГАУ 1.1.01 – 2017, Положение о фонде оценочных средств П ВГАУ 1.1.13 – 2016

4.2 Методические указания по проведению текущего контроля

1.	Сроки проведения текущего контроля	На практических занятиях
2.	Место и время проведения текущего контроля	В учебной аудитории в течение практического занятия
3.	Требования к техническому оснащению аудитории	в соответствии с ОП ВО и рабочей программой
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	Артемьева Виктория Станиславовна
5.	Вид и форма заданий	Собеседование
6.	Время для выполнения заданий	в течение занятия
7.	Возможность использования дополнительных материалов.	Обучающийся может пользоваться дополнительными материалами
8.	Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающих результаты	Артемьева Виктория Станиславовна
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал/доводится до сведения обучающихся в течение занятия
11.	Апелляция результатов	В порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в Воронежском ГАУ

4.3 Ключи (ответы) к контрольным заданиям, материалам, необходимым для оценки знаний Правильные ответы выделены в тексте.

Рецензент: Начальник отдела развития сельских территорий Департамента аграрной политики Воронежской области **Лыбакова Н.П.**