

Министерство культуры Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»  
Факультет информационных, библиотечных и музейных технологий  
Кафедра технологии документальных и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой ТДМ  
Дворовенко О.В. \_\_\_\_\_

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**по учебной дисциплине**  
**«Цифровые технологии в медиа»**

42.04.05 Медиакоммуникации  
Направленность (профиль)  
Медиаменеджмент  
Форма обучения  
**Очная, заочная**

Утверждена на заседании кафедры  
Технологии документальных коммуникаций  
24.05.2022 г., протокол № 10  
Переутверждена на заседании кафедры  
Технологии документальных  
коммуникаций 28.02.2023г., протокол № 6

Составитель:  
Тараненко Л.Г. \_\_\_\_\_

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень оцениваемых компетенций: .....	3
2. Критерии и показатели оценивания компетенций .....	3
3. Формируемые компетенции в структуре учебной дисциплины и средства их оценивания .....	4
4. Оценочные средства по дисциплине .....	4
4.1 Задания в тестовой форме для промежуточного контроля .....	4
4.2 Вопросы к экзамену для контроля .....	6
4.3 Тематика практических, самостоятельных и контрольных работ .....	8
4.3.1. Перечень практических заданий .....	8

## **1. Перечень оцениваемых компетенций:**

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций

## **2. Критерии и показатели оценивания компетенций**

Обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения по дисциплине:

### **знать:**

- правила русского языка З-1;
- стилистические особенности разных видов медиатекстов З-2;
- способы представления медиатекстов в различных каналах З-3;
- особенности подготовки разных видов медиатекстов З-4;
- каналы распространения информации З-5;
- нормы редактирования З-6;

### **уметь:**

- отбирать авторский материал У-1;
- выявлять потребности в различных сферах профессиональной деятельности У-2;
- адаптировать медиатексты под особенности канала распространения информации У-3;
- осуществлять редактирование различных типов в соответствии с целевой аудиторией, для которой он предназначен У-4;

### **владеть:**

- технологией подготовки и редактирования медиатекстов В-1;
- программными и техническими средствами подготовки и редактирования медиатекстов В-2;
- технологией распространения медиатекстов с помощью различных технологических каналов В-3.

## **Описание критериев оценивания компетенций на различных уровнях их формирования \***

При выставлении оценки преподаватель учитывает: логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике, решить задачи.

*Нулевой уровень* («неудовлетворительно»). Результаты обучения студента свидетельствуют:

З) об усвоении им некоторых элементарных знаний, но студент не владеет понятийным аппаратом изучаемой предметной области (учебной дисциплины);

У) не умеет установить связь теории с практикой;

В) не владеет способами решения практико-ориентированных задач.

*Первый уровень* - пороговый («удовлетворительно»). Достигнутый уровень оценки результатов обучения студента показывает:

З) знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью; студент раскрывает содержание вопроса, но не глубоко, бессистемно, с некоторыми неточностями;

У) слабо, недостаточно аргументированно может обосновать связь теории с практикой;

В) способен понимать и интерпретировать основной теоретический материал по дисциплине.

*Второй уровень* повышенный («хорошо»). Студент на должном уровне:

З) раскрывает учебный материал: даёт содержательно полный ответ, требующий незначительных дополнений и уточнений, которые он может сделать самостоятельно после наводящих вопросов преподавателя;

У) демонстрирует учебные умения и навыки в области решения практико-ориентированных задач;

В) владеет способами анализа, сравнения, обобщения и обоснования выбора методов решения практико-ориентированных задач.

*Третий уровень продвинутый («отлично»).* Студент, достигающий должного уровня:

З) даёт полный, глубокий, выстроенный логично по содержанию вопроса ответ, используя различные источники информации, не требующий дополнений и уточнений;

У) доказательно иллюстрирует основные теоретические положения практическими примерами;

В) способен глубоко анализировать теоретический и практический материал, обобщать его, самостоятельно делать выводы, вести диалог и высказывать свою точку зрения.

\* По конкретной дисциплине содержание уровня может быть представлено как в полном объеме (З+У+В), так в частичном (З; З+У; З+В; У+В; У; В).

### 3. Формируемые компетенции в структуре учебной дисциплины и средства их оценивания

Разделы (темы) дисциплины	Код оцениваемой компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)	Оценочное средство
<b>Раздел 1. Цифровизация медиапространства</b> Тема 1. Цифровизация общества. Тема 2. Цифровая культура и понимание новых медиа. Тема 3 Цифровые коммуникации и новые медиа.	ПК-1	З-1, З-2, З-3, З-4, З-5, З-6, У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3	Выполнение практических работ
<b>Раздел 2. Теоретические и технологические основы digital-стратегий</b> Тема 4 Digital--трансформация креативных культур. Тема 5 Технологии и инструменты digital-стратегий. Тема 6 Digital -маркетинг: каналы и инструменты. Тема 7.Цифровые коммуникации и новые медиа организации.	ПК-1	З-1, З-2, З-3, З-4, З-5, З-6, У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3	Выполнение практических работ

### 4.Оценочные средства по дисциплине

#### 4.1 Задания в тестовой форме для промежуточного контроля

Один вариант ответа +

Несколько вариантов ответа ++

1. Технологии хранения и обработки информации на удаленных серверах – это \_\_\_\_\_ (облачные технологии).
2. Какие из перечисленных программ являются браузерами?
  - a. MS Word
  - b. Firefox
  - c. Telegram
  - d. Google Chrome
  - e. MS PowerPoint
  - f. TeamViewer
3. Что из перечисленного не относится к современным IT трендам в образовании?
  - a. Разработка и внедрение систем искусственного интеллекта для планирования индивидуальных образовательных траекторий
  - b. Накопление и обработка Big Data с целью выявления закономерностей освоения учебных курсов
  - c. Создание массовых онлайн-курсов
  - d. Переход от индивидуальных образовательных траекторий, построенных на дисциплинарном подходе, к массовому образованию в больших группах
4. Согласно ФЗ № 149-ФЗ «процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов» - это \_\_\_\_\_ (Информационные технологии).
5. Программа для поиска и просмотра на экране компьютера информации из компьютерной сети – это \_\_\_\_\_ (Браузер).
6. Сознательный перерыв в использовании электронных устройств для отдыха, живого общения или работы – это \_\_\_\_\_ (Цифровой детокс).
7. Способность компьютера обучаться, принимать решения и выполнять действия свойственные человеческому интеллекту – это ... (Искусственный интеллект)
8. Цифровая копия физического объекта или какого-либо процесса – это... (Цифровой двойник).
9. Совокупность мероприятий по установлению сведений о лице и их проверке, осуществляемых в соответствии с федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами, и сопоставлению данных сведений с уникальным обозначением сведений о лице, необходимым для определения такого лица – это ... (Идентификация).
10. Какой признак позволяет идентифицировать цифровую экономику? (Интеграция физических и цифровых объектов в сфере производства и потребления)
11. Цифровизация экономики, одновременно с преимуществами, несет в себе ряд угроз, таких как:
  - a. Рост киберпреступности
  - b. Рост промышленного шпионажа
  - c. Рост насилия в стране
  - d. Несанкционированный сбор информации и пользователей

е. Совокупность информационных ресурсов, созданных субъектами информационной сферы, средств взаимодействия таких субъектов, их информационных систем и необходимой информационной инфраструктуры

12. Цифровыми каналами коммуникации являются:

- a. Интернет
- b. мобильный маркетинг
- c. интерактивное телевидение
- d. радио

13. Цифровой контент сегодня представлен следующими тремя видами:  
\_\_\_\_\_ (Текст, аудио, видео).

14. Большие данные характеризуются тремя основными свойствами:  
\_\_\_\_\_ (Объем, скорость, разнообразие).

**Шкала оценивания:** знания, умения и навыки обучающихся определяются на основе 100-балльной шкалы и переводятся в оценки – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»:

- 100-90% - «отлично»
- 89-71% - «хорошо»
- 70-55% - «удовлетворительно»
- ниже 54% - «неудовлетворительно»

При 20 заданиях в тесте, 60 ответов (1 верный ответ = 1 баллу):

- 60-54 – «отлично»
- 53-43 – «хорошо»
- 42-33 – «удовлетворительно»
- 32 и ниже – «неудовлетворительно».

#### 4.2 Вопросы к экзамену для контроля

1. Новые СМИ или новые медиа: понятие, определение, практическая значимость.
2. Отличие цифровых каналов коммуникации от традиционных.
3. Цифровые каналы коммуникации: Интернет, мобильный маркетинг, интерактивное телевидение.
4. Инструменты цифровых коммуникаций.
5. Мессенджеры как цифровой бизнес-инструмент.
6. Мессенджеры в рекламе и связях с общественностью.
7. Мессенджеры мобильных устройств: WhatsApp, Viber, Skype, Telegram.
8. Чат-боты: назначение, функции, практическая значимость.
9. Современные технологии рекламы и связей с общественностью.
10. Виды цифровой рекламы, их преимущества и недостатки, способы применения для продвижения товаров и услуг, осуществления PR деятельности.
11. Мобильная реклама: назначение, практические примеры.
12. Форматы мобильной рекламы.
13. Форматы интерактивной рекламы.
14. Геоконтекстная реклама: назначение, примеры.
15. Медийная реклама: назначение, примеры.
16. Таргетированная реклама: назначение, примеры.
17. Баннерная реклама: назначение, примеры.
18. Контекстная реклама: назначение, примеры.

- 12 Контент-маркетинг: назначение, примеры.
20. SMM-реклама в социальных сетях (социальные медиа).
21. Реклама в социальных сетях: назначение, примеры.
22. Интернет-сервисы рекламы: Яндекс.Директ, Бегун.
23. Веб сайты: аналитика, технологии продвижения.
24. Поисковая оптимизация (SEO).
25. Счетчики сайтов, их назначение.
26. Системы управления контентом (CMS).
27. Яндекс.Метрика для анализа рекламы и рекламной кампании.
28. Цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение в цифровом медиапространстве.
29. Digital маркетинг: определение, сущность, практическая значимость.
30. Маркетинговые каналы диджитал коммуникаций.
31. Маркетинговые инструменты диджитал коммуникаций.
32. Маркетинг в социальных сетях ВКонтакте и др.
33. Тренды на рынке диджитал коммуникаций.
34. Основные функции цифровых коммуникаций предприятий.
35. Построение системы цифровых коммуникаций и новых медиа в компании: разработка стратегии.
36. Базы данных и онлайн-CRM.

**Критерии оценивания:** знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации в форме экзамена определяются оценками – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

«Отлично» выставляется, если обучающийся достиг продвинутого уровня формирования компетенций – обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

«Хорошо» выставляется, если обучающийся достиг повышенного уровня формирования компетенций – обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

«Удовлетворительно» выставляется, если обучающийся достиг порогового уровня формирования компетенций – обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

«Неудовлетворительно» соответствует нулевому уровню формирования компетенций – обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

**Шкала перевода баллов в оценки при промежуточной аттестации в форме экзамена:**

Уровень формирования компетенции	Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
----------------------------------	--------	-------------------------------	--------------------------------

Продвинутый	Отлично	90	100
Повышенный	Хорошо	75	89
Пороговый	Удовлетворительно	60	74
Нулевой	Неудовлетворительно	0	59

### 4.3 Тематика практических, самостоятельных и контрольных работ

#### 4.3.1. Перечень практических заданий

1. Цифровые коммуникации и новые медиа. (4 ч)
2. Статистический анализ рекламы (иллюстрированных постов) в социальных сетях и других каналах коммуникации. (4 ч.)
3. Диджитал-маркетинг: каналы и инструменты. 4
4. Подготовка интерактивного контента рекламы. 4
5. Разработка кейса. 4
6. Планирование рекламной кампании. 4
7. Анализ сайта. 4
8. Цифровые коммуникации и новые медиа предприятий 4
9. Разработка стратегии продвижения продукта в цифровом медиaprостранстве. (4 ч.)

**Критерии оценивания:** при оценивании выполненных студентами практических заданий и самостоятельной работы используется 100-бальная система оценки:

- до 59 баллов – «неудовлетворительно»; выставляется студентам, которые предоставили работу с нарушением сроков, в работе имеются несоответствия выполненным заданиям, работа выполнена не полностью или с серьезными замечаниями;
- 60-74 баллов – «удовлетворительно»; выставляется студентам, которые представили работу с нарушением сроков, работа выполнена не полностью, содержит замечания;
- 75-89 баллов – «хорошо»; выставляется студентам, которые представили работу в срок, в работе содержатся незначительные замечания;
- 90-100 баллов – «отлично»; выставляется студентам, которые представили работу в срок, в работе все задания выполнены правильно, логичные

#### 4.3.2 Самостоятельная работа по курсу

##### Перечень заданий для самостоятельной работы

Самостоятельная работа заключается в выполнении (как индивидуально, так и в команде) различного рода заданий в ходе внеаудиторной деятельности (самостоятельное прочтение, прослушивание, запоминание, осмысление и воспроизведение определенной информации). Данная работа выполняется в удобное для студентов время и представляется преподавателю на проверку.

*Основные требования к содержанию реферата.*

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы).

Реферат должен заканчиваться выводом выводов по теме.

По своей структуре реферат состоит из:

1. Титульного листа;



2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;

3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема.

В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст;

4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.

5. Списка использованной литературы.

В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц.

Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3 см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5 см. Страницы должны быть пронумерованы.

Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см. Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем.

При зачете реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено». При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

В реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами. Студент способен выявлять проблемные области, выдвигать оригинальные идеи решений и критически их обсуждать в группе.

### **6.3 Перечень заданий для самостоятельной работы**

1. Новые СМИ или новые медиа – новые формы взаимодействия производителей контента с потребителями на основе компьютерных, цифровых и сетевых коммуникаций.
2. Современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение в цифровом медиaprостранстве.
3. Интерактивные каналы коммуникации взаимоотношений потребителя и бренда.
4. Мессенджеры в качестве основных способов создания, развития и продвижения имиджа и бренда товаров и услуг.
5. Digital маркетинг как комплексное продвижение товаров, услуг или бренда компании с помощью цифровых инструментов, каналов и сервисов.
6. Маркетинговые инструменты диджитал коммуникаций.
7. Тренды на рынке диджитал коммуникаций.
8. Аналитика сайта: сбор, анализ статистики по посетителям, целевая аудитория, контент, конкуренты.
9. CRM-коммуникации
10. Стратегический digital маркетинг: составление стратегии по продвижению.
11. Этапы планирования рекламных кампаний.

### **Критерии оценивания:**

Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено». При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

**Критерии оценивания в лекции дискуссии:** знания, умения и навыки обучающихся в дискуссии оцениваются формами – «зачтено», «не зачтено».

«Зачтено» – обучающийся принимает заинтересованное участие в дискуссии, демонстрирует знание учебной и дополнительной научной литературы, аргументированно излагает свою точку зрения, владеет культурой устной речи, уверенно использует профессиональную лексику, корректно реагирует на другие мнения.

«Не зачтено» – обучающийся занимает пассивную сторону в дискуссии, неуверенно формулирует свои мысли, обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, не проявляет знание дополнительной научной литературы, слабо использует профессиональную лексику, затрудняется в аргументации своего мнения, допускает некорректное отношение к другим участникам.