

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 18.06.2024 07:21:39
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6b6dcf836

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине:

Основы медиакоммуникаций, 3 семестр

Код, направление подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль)	Медиакоммуникации
Форма обучения	Очная
Кафедра разработчик	Режиссуры
Выпускающая кафедра	Режиссуры

Типовые задания для контрольной работы

1. «Интерактивная журналистика». Вопросы: Основные принципы интерактивной журналистики. Понятие гражданской журналистики. Формы обратной связи целевых аудиторий и современных медиа.

2. «Персонификация журналиста в публикациях Интернет-изданий». Вопросы: Авторство в условиях современных медиа. Социальная ответственность и этические нормы в работе журналиста. Интернет-аудитория и журналист: проблемы коммуникаций.

3. «Новые медиа в структуре коммуникаций» Вопросы: Отличия от традиционных медиа. Интерактивность новых медиа. Медиаконвергенция.

Контрольная работа выполняется в форме презентационного проекта, в котором отражаются характеристики проблемы с обоснованием ее актуальности.

Вопросы к экзамену

Задание для показателя оценивания дескриптора «Знает»

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения
-------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы политических и экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; - механизмы функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; - основные направления развития профессиональной деятельности в области медиакоммуникаций; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие медиакоммуникации. 2. Технические средства медиакоммуникации. 3. Эволюция форм коммуникации. 4. Посредники в системе медиакоммуникаций. 5. Понятие медийного пространства. 6. Современное медиапространство. 7. Информационное общество. 8. Постиндустриальное общество. 9. Научное общество. 10. Концепция О. Тоффлера. 11. Концепция П. Дракера. 12. Современная система СМИ. 13. Эпоха конвергенции. 14. Концепция Д. Масвелла. 15. Концептуальный прайминг (conceptual priming). 16. Семантический прайминг (semantic priming). 17. Неассоциативный семантический прайминг (non-associative semantic priming).
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>- основные понятия и концепции современных теорий медиакommunikации;</p> <p>- основные теоретические принципы и реалии функционирования медиакommunikации в современном обществе.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 18. Перцептивный прайминг (perceptual priming). 19. Ассоциативный прайминг (associative priming). 20. Использование идей: бургер-котлета, любовь-свадьба. 21. Повторный прайминг (repetitive priming). 22. Обратный прайминг (reverse priming). 23. Социальные сети. 24. Интерактивная социальная среда. 25. Форматы и жанры новых медиа. 26. Поисковая оптимизация. 27. Мультимедийные информационные агентства. 28. Онлайн-репортаж. 29. Интернет-конференция. 30. Мультимедийная статья. 31. Авторский блог. 32. Контент для мобильных устройств. 33. Бизнес модели медиа. 34. Сегментация, выбор целевых сегментов, позиционирование. 35. Вещательная модель. 36. Вовлечение на наших условиях. 37. Участие аудитории. 38. Процесс производства мультимедийных ресурсов. 39. Фейк-мейкер. 40. Распознавание фейков.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет»

<p style="text-align: center;">Проверяемые образовательные результаты (знания)</p>	<p style="text-align: center;">Задания для контроля в соответствии с уровнем освоения</p>
<p>Умеет:</p> <p>- осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы;</p> <p>- анализировать теоретический, методологический, практический материал по основам медиакommunikации и применять полученные знания теории в практической деятельности;</p> <p>- проводить исследования направлений развития профессиональной деятельности в области медиакommunikаций;</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. «Интерактивная журналистика». Вопросы: Основные принципы интерактивной журналистики. Понятие гражданской журналистики. Формы обратной связи целевых аудиторий и современных медиа. 2. «Персонафикация журналиста в публикациях Интернет-изданий». Вопросы: Авторство в условиях современных медиа. Социальная ответственность и этические нормы в работе журналиста. Интернет-аудитория и журналист: проблемы коммуникаций. 3. «Новые медиа в структуре коммуникаций» Вопросы: Отличия от традиционных медиа. Интерактивность новых медиа. Медиаконвергенция. 4. «Перспективные направления радио и телевидения». Вопросы: 5. Кабельное телевидение. Непосредственное спутниковое ТВ. Проблема регулирования «новейших» телекоммуникаций. Сетевизор как инструмент современного радиовещания.

6. «Специфика жанров телевизионной и радио журналистики». Вопросы: Факторы детерминирующие специфику состояния и развития жанров на телевидении и радио. Роль и место автора в жанровом разнообразии телевидения и радио.

7. «Медиапроизводство» Вопросы: Этапы производства аудио, визуальной продукции и их характеристики. Роль специалиста по связям с общественностью в распространении медиапродуктов.