Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол от «29» апреля 2021 г. № 8

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.03 Современные технологии распространения медиаконтента и мониторинг информационного пространства
(код и наименование РПД)

Бакалавр
(уровень образования)
42.03.05. Медиакоммуникации
Профиль «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Год набора - 2022

Барнаул, 2021 г.

Документ подписан электронной подписью
Сертификат 0445A07A004BB0E9904E8660F1D88A32BA
Владелец: Панарин Игорь Анатольевич
Действителен с 26.07.2023 г. по 26.10.2024 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Шмаков Артем Алексеевич, к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики

и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики, к.фил.н. Шмаков Артем Алексеевич

Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПК-3	Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	ПК-3.3	Способен применять технические средства для производства, обработки и подготовки к публичному распространению простейших форм аудиовизуальной информации
ПК-6	Способен осуществлять интеграцию/агрегацию контента, созданного различными работниками и представителями аудитории, сообразно информационным приоритетам компании	ПК-6.3	Овладение технологиями и методиками мониторинга информационного пространства и распространения медиаконтента.

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПК-3.3	Владеет основными навыками применения технических средств для производства, обработки и подготовки к публичному распространению простейших форм аудиовизуальной информации	Успешно демонстрирует владение техническими средствами для производства, обработки и подготовки к публичному распространению простейших форм аудиовизуальной информации.
ПК-6.3	Владеет технологиями и методиками мониторинга информационного пространства и распространения медиаконтента.	Успешно демонстрирует навыки владения технологиями и методиками мониторинга информационного пространства и распространения медиаконтента.

ПК-3.3 Способен применять технические средства для производства, обработки и подготовки к публичному распространению простейших форм аудиовизуальной информации

РПД, стр. 6

1 Укажите, как называется технология (процесс) создания и распространения звуковых или радиопередач во Всемирной сети:

1. подкастинг;
2. скрапбукинг;
3. копирайтинг;
4. копипастинг**.**

Ответ: 1

РПД, стр.6

2. Соотнесите термины с их определениями:

A. Аудиовизуальные технологии	1. процесс записи звуковой информации, а также сама записанная информация, осуществляющаяся на механической, магнитной, фотографической, магнитооптической или оптической основе.
B. Видеоконференция	2. технологии создания аудиовизуального действия, а также аудиовизуальных продуктов, их распространения и воспроизведения на основе аналоговых или цифровых форм записи аудиовизуальной информации
C. Звукозапись	3. речевое общение в сети, сопровождаемое в окне монитора видеозаписью партнеров почти в реальном времени (с той задержкой, которую дает качество конкретной коммуникационной сети)

A	B	C

Ответ: 231

РПД, стр.6

3. расположите в хронологическом порядке (от более раннего к более позднему) социальные сети:

1) «Одноклассники»
2) mail.ru
3) «Вконтакте»

Ответ: 213

РПД, стр.6

4. Перечислите три основные вида контента и приведите примеры этих видов.

Ответ:

- **Текстовый**. Книги, статьи, лонгриды и короткие посты в социальных сетях. Текстовый — самый легкий в производстве, потому что создать его способен каждый. Например, все мы периодически пишем отзывы о товарах или услугах.
- **Графический**. Картины, фотографии, иллюстрации, инфографики и любые другие изображения. На сочетании графического и текстового контента построено большинство социальный сетей. Именно эти два типа наиболее часто создают непрофессионалы.
- **Видео**. Фильмы, сериалы, ролики на YouTube и т. д. Записать видео сейчас может любой телефон, но главным образом это поле деятельности профессионалов.
- **Аудио**. музыка, радиопередачи и подкасты, голосовые сообщения
- **Мультимедийный** сочетает несколько вышеперечисленных. Мультимедиа — это презентации, обучающие платформы, компьютерные игры. Мультимедийный контент часто бывает интерактивным — построенным на взаимодействии с пользователем.

Источник:

Критерии оценивания: названы не менее 3 видов контента и приведены их примеры. Допустимы иные примеры, не указанные в эталонном ответе при условии, что они отражают суть необходимого вида контента.

ПК-6.3 Овладение технологиями и методиками мониторинга информационного пространства и распространения медиаконтента.

РПД, стр. 6

5. Укажите, какое значение имеет контент при продвижении в соцсетях? (выберите один вариант ответа)

1. Контент не важен, главное – любыми способами набирать побольше подписчиков
2. Контент – это самое важное при продвижении
3. Контент – это одна из важных составляющих, наряду с привлечением целевой аудитории и анализом реакции людей на этот контент.

Ответ: 3

РПД, стр.6

6. Сопоставьте термины с их определениями:

A. Подкастинг	1) это отслеживание СМИ с целью найти сообщенияна определённую тему
B. Медиаконтент	2) процесс создания и распространения звуковых или видеофайлов (подкастов) в стиле радио - и телепередач в Интернете (вещание в Интернете).
C. Медиамониторинг	3) это совокупность данных, информации, представленная с помощью графических изображений, видео и аудио.

A	B	C

Ответ: 231

РПД, стр. 6.

7. Расположите этапы мониторинга СМИ в верном порядке:

1. Сбор материала
2. Анализ собранной информации
3. Систематизация собранного материала по определенным признакам
4. Отслеживание информации в интересующих источниках

Ответ: 4 1 3 2

РПД, стр.6

8. Назовите три основные функции медиаконтента. Опишите их суть:

а) *Информационная* – в условиях информационного общества и цифровой среды медиаконтент является одним из наиболее актуальных способов подачи информации для различных новостных изданий, может нести справочную информацию, быть средством оповещения и т.д.

б) *Коммуникационная* – медиаконтент является эффективным средством коммуникации на различных уровнях. Он становится основой межличностной, групповой или массовой коммуникации в цифровом обществе и интернет-среде.

в) *Маркетинговая* – данный вид контента дает возможность следить за состоянием рынка, потребительскими предпочтениями и реакцией публики на те или иные действия бренда или продукции, осуществлять рекламно-пиар-коммуникацию с целевой аудиторией, выступать инструментом формирования имиджа и репутации, укрепления конкурентоспособность.

г) *Социализирующая* – медиаконтент, как и любая другая форма массовой коммуникации, выполняет функцию социализации, приобщая человека к правилам, языку и культуре того социального пространства, в которое он попадает;

д) *Культурно-просветительская* – некоторые виды медиапродуктов могут выполнять и образовательную функцию, знакомя потребителя контента с различными произведениями культуры и искусства, или даже выступать в качестве таких произведений сами по себе.

е) *Рекреативная* – медиаконтент часто представляет собой некий развлекательный материал, эстетически оформленный и может быть представлен в виде игры, кинематографического произведения, текста, юмористической составляющей, музыкального сопровождения, цельной сюжетной линии.

ж) *Имиджевая* – медиаконтент является информационно-коммуникационный ресурсом, содержащим информацию о бренде, представляющий его в выгодном свете и способствующий формированию его положительного имиджа. Это свойство актуально не только для компаний и брендов, но и для идей или ценностей.

Критерии оценивания: оценка «зачтено» ставится, если студент назвал не менее 3 функций и дал им краткую характеристику, верно отражающую их суть.