

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

**УТВЕРЖДЕНО:**  
**Председатель учебно-  
методического совета факультета  
медиакоммуникаций  
и аудиовизуальных искусств  
*Ю.В. Кот***

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
Б1.О.18 СМИ И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

**Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика**

**Профиль подготовки: Интернет-журналистика**

**Квалификация выпускника: бакалавр**

**Форма обучения: очная**

## Оглавление

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ЗНАЕТ, УМЕЕТ, ВЛАДЕЕТ (ИМЕЕТ НАВЫК)) ПО ДИСЦИПЛИНЕ: .....	3
3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ ...	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА.....	6
5. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ СТУДЕНТА.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-4 – Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ОПК-7 – Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ЗНАЕТ, УМЕЕТ, ВЛАДЕЕТ (ИМЕЕТ НАВЫК)) ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

Код компетенции: ОПК-4	
<b>Знать</b>	основные формы организации сотрудничества СМИ с представителями различных сегментов общества, участвовать в организации общественных обсуждений, дискуссий, подготовке материалов и передач с участием аудитории, интерактивных коммуникационных проектов.
<b>Уметь</b>	осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации (печать, ТВ, РВ, интернет-СМИ, мобильные медиа), готовить журналистские материалы в соответствии с их форматами и особенностями аудитории, осуществлять взаимодействие с ней. Оперативно готовить журналистские материалы, используя адекватные языковые и другие изобразительно-выразительные средства с учетом типа СМИ и его аудитории, принятыми в нем форматами, стандартами и технологическими требованиями в разных жанрах.
<b>Владеть</b>	навыками работы по изучению особенностей целевой аудитории, ее запросов и потребностей.
Код компетенции: ОПК-7	
<b>Знать</b>	основы теории коммуникации, специфику журналистики, ее функции и принципы, особенности массовой информации, понимать взаимосвязанность проблем свободы и социальной ответственности в журналистике, важность следования принципам информационной безопасности.
<b>Уметь</b>	понимать сущность и специфику журналистской профессии, знать важнейшие социальные роли журналиста, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств. Уметь понимать важность соблюдения основных требований, предъявляемых к информации СМИ (точность, достоверность, наличие ссылок на источники информации, разграничение фактов и оценок, плюрализм мнений и точек зрения, баланс интересов), следовать этим принципам при подготовке публикаций.
<b>Владеть</b>	навыками эффективного осуществления профессиональной деятельности, основываясь на принципах социальной ответственности.

### 3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ

Индикаторы достижения части компетенции, соотнесенные с дисциплиной – результаты изучения дисциплины (по этапам формирования знания, умения и навыка и (или) опыта деятельности)	Раздел дисциплины	Средство оценивания достижения компетенции	Показатель оценивания	Критерии оценивания и оценочная шкала
ОПК-4				
<b>Знать:</b> основные формы организации сотрудничества СМИ с представителями различных сегментов общества, участвовать в организации общественных обсуждений, дискуссий, подготовке материалов и передач с участием аудитории, интерактивных коммуникационных проектов.	Реклама на телевидении; Реклама на радио; Формообразование в рекламе; Организация работы рекламного агентства; Рекламная служба в СМИ; Политическая реклама; Социальная реклама; Реклама в структуре паблик рилейшнз; Эффективность рекламы.	Устный опрос	Воспроизведение студентом теоретического материала по теме	Полнота ответа, глубина проработки материала
<b>Уметь:</b> осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации (печать, ТВ, РВ, интернет-СМИ, мобильные медиа), готовить журналистские материалы в соответствии с их форматами и особенностями аудитории, осуществлять взаимодействие с ней. Оперативно готовить журналистские материалы, используя адекватные языковые и другие изобразительно-выразительные средства с учетом типа СМИ и его аудитории, принятыми в нем форматами, стандартами и технологическими требованиями в разных жанрах.	Цели, функции, принципы деятельности паблик рилейшнз; Институты паблик рилейшнз; Корпоративные отношения; механизм деятельности паблик рилейшнз; Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций; Анализ и прогноз в структуре паблик рилейшнз; Имидж и пути его формирования средствами паблик рилейшнз; Технологии паблик рилейшнз; Взаимодействие со средствами массовой информации («медиа-рилейшнз»).	Выполнение заданий	Самостоятельное применение студентом умений на практике	корректность, к-во выполненных заданий
<b>Владеть:</b> навыками работы по изучению особенностей целевой аудитории, ее запросов и потребностей.	Промежуточная аттестация (Экзамен)		Воспроизведение студентом теоретического материала по теме	глубина проработки материала и корректность ответов на вопросы
ОПК-7				

Индикаторы достижения части компетенции, соотнесенные с дисциплиной – результаты изучения дисциплины (по этапам формирования знания, умения и навыка и (или) опыта деятельности)	Раздел дисциплины	Средство оценивания достижения компетенции	Показатель оценивания	Критерии оценивания и оценочная шкала
<b>Знать:</b> основы теории коммуникации, специфику журналистики, ее функции и принципы, особенности массовой информации, понимать взаимосвязанность проблем свободы и социальной ответственности в журналистике, важность следования принципам информационной безопасности.	Реклама в периодической печати; Реклама на телевидении; Реклама на радио; Рекламная служба в СМИ; Политическая реклама; Социальная реклама; Реклама в структуре паблрикейшнз.	Устный опрос	Воспроизведение студентом теоретического материала по теме	Полнота ответа, глубина проработки материала
<b>Уметь:</b> понимать сущность и специфику журналистской профессии, знать важнейшие социальные роли журналиста, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств. Уметь понимать важность соблюдения основных требований, предъявляемых к информации СМИ (точность, достоверность, наличие ссылок на источники информации, разграничение фактов и оценок, плюрализм мнений и точек зрения, баланс интересов), следовать этим принципам при подготовке публикаций.	Анализ и прогноз в структуре паблрикейшнз; Имидж и пути его формирования средствами паблрикейшнз; Технологии паблрикейшнз; Взаимодействие со средствами массовой информации («медиа-рикейшнз»).	Выполнение заданий	Самостоятельное применение студентом умений на практике	корректность, к-во выполненных заданий
<b>Владеть:</b> навыками эффективного осуществления профессиональной деятельности	Промежуточная аттестация (Экзамен)		Воспроизведение студентом теоретического материала по теме	глубина проработки материала и корректность ответов на вопросы

Индикаторы достижения части компетенции, соотнесенные с дисциплиной – результаты изучения дисциплины (по этапам формирования знания, умения и навыка и (или) опыта деятельности)	Раздел дисциплины	Средство оценивания достижения компетенции	Показатель оценивания	Критерии оценивания и оценочная шкала
ности, основываясь на принципах социальной ответственности.				

#### 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

##### ВХОДНОЙ КОНТРОЛЬ (примерные задания)

##### ТЕСТ (примерные задания)

- 1. Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это:**
  - А) стратегия рекламы
  - Б) понимание
  - В) задача рекламы
  - Г) принцип рекламы
- 2. Распространение информации о существовании продукта – это:**
  - А) понимание
  - Б) отношение
  - В) знание
  - Г) намерение
- 3. Выберите верное определение: установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем – это:**
  - А) директ-маркетинг
  - Б) сейлз-промоушн
  - В) паблик-релейшнз
  - Г) таргетинг
- 4. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:**
  - А) рынок
  - Б) рекламное агентство
  - В) средство распространения рекламы
  - Г) таргетинг
- 5. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?**
  - А) товарная реклама
  - Б) престижная реклама
  - В) информативная реклама
  - Г) увещательная реклама
- 6. Процесс создания рекламного продукта включает в себя такое количество действий:**
  - А) 10
  - Б) 6
  - В) 8

Г) 12

**7. Выберите верное определение: издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это:**

- А) проспект
- Б) буклет
- В) листовка
- Г) плакат

**8. Тематическая радиопередача информационно-рекламного характера – это:**

- А) радиожурнал
- Б) радиоролик
- В) радиообъявление
- Г) радиорепортаж

**9. Рекламно-информационное письмо относится к:**

- А) рекламным материалам
- Б) почтовой рекламе
- В) рекламным сувенирам
- Г) наружной рекламе

**10. Изделия, которые используются в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций по случаю различных юбилеев – это:**

- А) фирменные упаковочные материалы
- Б) фирменные сувенирные изделия
- В) подарочные изделия
- Г) серийные сувенирные изделия

**Ответы теста по рекламе**

- 1 – а
- 2 – в
- 3 – а
- 4 – в
- 5 – а
- 6 – б
- 7 – б
- 8 – а
- 9 – б
- 10 – в

### **ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ (КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ)**

1. Каковы функции рекламы?
2. Каковы основные структурные элементы рекламы?
3. Назовите образцы наиболее успешного соответствия изображения и слогана в рекламе. Каким образом в них достигается оптимальное соотношение?
4. Правовые и этические регуляторы рекламной деятельности: в чем их содержание и специфика?
5. Реклама в контексте массовых информационных процессов.
6. Каковы основные этапы рекламной деятельности?
7. Какова маркетинговая концепция рекламы?
8. Как соотносятся тип рынка и рекламная деятельность?
9. Какие характеристики включаются в понятие «целевая аудитория рекламы»?
10. Какова психологическая мотивация поведения целевой аудитории?
11. Этапы психологического воздействия в рекламе.
12. Как взаимодействуют рациональные и эмоционально-экспрессивные средства воздействия рекламы на целевую аудиторию?

13. Как Вы понимаете высказывание А. Кромптона: «Есть только одно правило при создании рекламных объявлений: оно гласит, что никаких правил создания рекламных объявлений нет».
14. Критерии классификации видов рекламы.
15. Интернет-реклама: в чем ее достоинства и недостатки?
16. В чем специфика рекламы, публикуемой в периодической печати?
17. Каковы текстовые элементы рекламного объявления?
18. Каковы основные виды телевизионной рекламы?
19. В чем заключаются паралингвистические средства телерекламы?
20. Ф. Ницше считал, что любой «язык риторичен, ибо он стремится передать мнение, но не истину». Как можно применить это высказывание к особенностям рекламного языка?
21. Как Вы полагаете, почему в ряде рекламных текстов пафос снимается юмором? В каких случаях этот прием наиболее эффективен?
22. Телереклама в контексте программного телевидения.
23. Приведите известные Вам примеры психологических и риторических ошибок в телевизионной рекламе. Укажите возможные пути их устранения.
24. Каковы средства аудиорекламы?
35. Как соотносятся реклама и паблик рилейшнз?
36. В чем заключается эффективность рекламы?
37. Каковы цели и функции паблик рилейшнз?
38. Принципы ПР-деятельности: краткая характеристика.
39. Основные институты ПР.
40. Какова типовая структура институтов ПР?
41. Организационные условия эффективности ПР-служб.
42. В чем заключается корпоративная сущность ПР-деятельности?
43. Субъекты корпоративных отношений в ПР.
44. Средства корпоративной информации в системе ПР.
45. Учет корпоративных факторов в выборе стратегии и тактики паблик рилейшнз.
46. Паблик рилейшнз как элемент маркетингового комплекса и средство маркетинговой коммуникации.
47. Анализ и прогноз в структуре ПР-деятельности.
48. Индивидуальный и корпоративный имидж: пути его формирования средствами ПР.
49. Основные этапы создания имиджа.
50. Технологии ПР: опыт классификации.
51. Каковы методы и формы деятельности пресс-служб?
52. Пресс-секретарь: функции, стиль деятельности, эффективность.
53. Какова профессиональная специализация работников пресс-служб?
54. Черты сходства и различия рекламы и ПР.
55. Подготовка к кризисным ситуациям в сфере паблик рилейшнз.
56. В чем состоит коммуникативная стратегия управления кризисом?
57. Основные этапы кризисного менеджмента в ПР.
58. Каковы основные типы рекламных агентств?
59. Какова производственно-творческая специализация работников рекламного агентства?

#### **ЗАДАНИЯ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. Реклама: сущность и функции.
2. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности.
3. Процесс рекламной деятельности: основные этапы.
4. Целевая аудитория рекламы.
5. Этапы психологического воздействия рекламы на целевую аудиторию.
6. Виды рекламы.



7. Интернет-реклама: особенности и перспективы развития.
8. Реклама в периодической печати.
9. Реклама на телевидении.
10. Радиореклама.
11. Формообразование в рекламе.
12. Организация работы рекламного агентства.
13. Рекламная служба в СМИ.
14. Политическая реклама.
15. Жанры политической рекламы.
16. Социальная реклама.
17. Реклама и паблик рилейшнз: черты сходства и различия.
18. Эффективность как системное качество рекламы. Организация и проведение рекламной кампании.
20. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
21. Тенденции развития рекламы в России.
22. Основные этапы формирования и развития ПР.
23. Функции ПР.
24. Взаимодействие управленческой и информационной функций в ПР-деятельности.
25. Принцип консенсуса как основополагающий принцип ПР.
26. Институализация ПР в России 1990-х гг.: особенности, предметная сфера, региональная дифференциация.
27. Типовая организационная структура институтов ПР.
28. Правовое и этическое регулирование ПР-деятельности.
29. Доктрина «человеческих отношений» как основа оптимизации корпоративных и межкорпоративных отношений в системе ПР.
30. ПР-деятельность в системе маркетинговых отношений.
31. Концепция социально-этического маркетинга и модели ПР.
32. Анализ и прогноз в структуре ПР-деятельности: маркетинговые факторы эффективности ПР.
33. Основные методы анализа в ходе подготовки ПР-акций.
34. Структурно-функциональный анализ в сфере ПР.
35. Корпоративный и индивидуальный имидж: основные компоненты.
36. Репутация и имидж организации: черты сходства и различия.
37. Социальные предпосылки формирования имиджа средствами ПР.
38. Паблик рилейшнз как система социальных и информационных технологий.
39. Технологии ПР: опыт классификации.
40. Презентация как типовая технологическая модель ПР.
41. «Медиа-рилейшнз» в России.
42. Методы и формы деятельности пресс-служб.
43. Соотношение рекламы и ПР в современных российских условиях.
44. Управление кризисными ситуациями в системе ПР.
45. Принципы коммуникации в условиях кризиса.
46. Организация и проведение ПР-кампаний.
47. ПР в экономике.
48. ПР в политике.
49. ПР в органах государственной власти и управления.
50. Эффективность ПР.
51. Тенденции развития ПР в условиях общественной модернизации России.

#### **КРИТЕРИИ ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ НА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЭКЗАМЕН)**

Критерии выставления оценок на зачетах соответствуют критериям выставления оценок на экзаменах исходя из того, что оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» соответствуют оценке «зачтено», оценка «неудовлетворительно» соответствует оценке «незачет».

### **Критерии оценки рубежного контроля**

**«Отлично»** – студент достаточно полно и корректно дал ответы на все предложенные вопросы. В практической части отсутствуют орфографические и стилистические ошибки;

**«Хорошо»** – студент сумел дать ответы на большинство предложенных вопросов, но оценка снижается, если допущены 1–2 орфографические, стилистические или другие не существенные ошибки (не более 3–х), студент не допускает существенных неточностей при ответе на вопросы;

**«Удовлетворительно»** – если в ответе присутствуют от 3–х до 5–ти фактических, орфографических и стилистических ошибок; если аргументация недостаточно оригинальна и малоубедительна; студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, нарушает последовательность при изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий;

**«Неудовлетворительно»** – работы с большим количеством ошибок признаются неудовлетворительным результатом; студент не справляется с изложением материала и выполнением практических заданий, не знает значительной части программного материала, допущенные ошибки существенны.

### **Критерии оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов**

Формой текущего контроля самостоятельной работы по курсу является оценка работы студентов на семинарских (практических) занятиях.

В соответствии с целями и задачами курса выполнение самостоятельной работы предполагает следующие оценки знания:

**Максимальное количество – «отлично» – студент получает при выполнении следующих условий:**

- выступление с сообщением по одному из вопросов семинарского (практического) занятия;
- активное использование дополнительной рекомендуемой литературы по курсу;
- умение находить требующуюся информацию, анализировать и интерпретировать ее в соответствии с целями и задачами семинарского (практического) занятия;
- умение ориентироваться во всем массиве изучаемого материала, соотносить новый материал с пройденным;
- наличие конспекта источников по теме, изучаемой самостоятельно студентом;
- умение использовать термины;
- умение сформировать и обосновать свою позицию, аргументировать ее;
- умение сформулировать общие выводы и тезисы по выбранной теме;
- оформление конспектов в соответствии с требованиями.

**«Хорошо» студент получает при выполнении следующих условий:**

- выступление с сообщением по одному из вопросов семинарского занятия;
- использование дополнительной рекомендуемой литературы по изучаемой теме;
- умение достаточно полно раскрыть тему;
- умение использовать термины;
- наличие списка источников по изучаемой теме.

**«Удовлетворительно» студент получает при выполнении следующих условий:**

- выступление с сообщением по одному из вопросов семинарского занятия;
- умение достаточно полно раскрыть тему, но при этом допускаются ошибки, а аргументация малоубедительна;
- неспособность ответить на уточняющие вопросы по теме.

**«Неудовлетворительно» студент получает при выполнении следующих условий:**

- выступление с сообщением не состоялось по причине незнания студентам материала;
- при раскрытии темы допускаются серьезные ошибки и существенные неточности, а аргументация малоубедительна;
- неспособность ответить на уточняющие вопросы по теме.

### **КРИТЕРИИ ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ НА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЭКЗАМЕН)**

Уровень подготовки	Реализуемые компетенции
<b>Продвинутый</b>  <b>«отлично»</b>	<p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p><b>Знать:</b> на углубленном, расширенном уровне теоретические понятия курса, их связь с областью распространения массовой информации;</p> <p><b>Уметь:</b> свободно ориентироваться в современных системах поиска и представления информации; пользоваться всем спектром методов познавательной деятельности; с высокой эффективностью применять полученные теоретические знания в журналистской деятельности;</p> <p><b>Владеть:</b> в совершенстве устойчиво сформированными навыками использования имеющихся профессиональных знаний в журналистской практике.</p>
<b>Повышенный</b>  <b>«хорошо»</b>	<p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p><b>Знать</b> и понимать на более высоком уровне теоретические понятия курса, их связь с областью распространения массовой информации,</p> <p><b>Уметь:</b> ориентироваться в современных системах поиска и представления информации; пользоваться основными методами познавательной деятельности; эффективно применять полученные теоретические знания в журналистской деятельности;</p> <p><b>Владеть:</b> устойчивыми навыками использования имеющихся профессиональных знаний в журналистской практике.</p>
<b>Базовый</b>  <b>«удовлетворительно»</b>	<p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p><b>Знать:</b> основные теоретические понятия курса, обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, правильно обосновывает обозначенные тезисы</p> <p><b>Уметь:</b> применять значительную часть полученных знаний на практике; выполнять основные задачи профессиональной деятельности, связанные со спецификой изучаемой дисциплины; не затрудняться с ответом при видоизменении задания; самостоятельно обобщать и излагать</p>

	материал, не допуская ошибок. <b>Владеть:</b> базовыми навыками использования имеющихся знаний в профессиональной деятельности.
<b>«Неудовлетворительно»</b>	В результате изучения дисциплины студент должен: <b>Знать:</b> студент не знает значительной части программного материала, допущенные ошибки в его изложении существенны, <b>Уметь:</b> студент не справляется с изложением материала и выполнением практических заданий, <b>Владеть:</b> базовыми навыками использования имеющихся знаний в профессиональной деятельности владеет в недостаточной мере.

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ И СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ НА ЭКЗАМЕНЕ**

Экзамен проводится в устной форме. В билет включены два вопроса. Оценка за экзамен выставляется по следующим критериям:

- знание специальной терминологии и точность формулировок;
- глубина освоения материала;
- степень профессиональной подготовки;
- умение ориентироваться в материале, ясно, четко, последовательно его излагать, логически мыслить и выстраивать свою речь.

**ОТЛИЧНО** – оба вопроса билета имеют полное решение (точные, правильные ответы), допустимы незначительные неточности (погрешности в представлении теоретического, исторического, юридического и т.п. материала, фактические неточности, недостаточное значение отдельных сторон практики СМИ, малосущественные недостатки в представленном творческом докладе, некоторые затруднения в решении практического задания). Содержание ответов свидетельствует об уверенных знаниях выпускника и его умении успешно решать профессиональные задачи, соответствующие присваиваемой ему квалификации.

**ХОРОШО** – оба вопроса имеют полное решение, в одном вопросе принципиально правильное решение, но не доведено до конца. Содержание ответов свидетельствует о достаточных знаниях студента и его умении решать профессиональные задачи, соответствующие присваиваемой ему квалификации.

**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО** – на один вопрос начато правильное решение, но не доведено до конца, на один вопрос решение представлено с грубыми ошибками (незнание теоретического, исторического и т.п. материала, грубые фактические ошибки, серьезные недостатки в представленных примерах). Содержание ответов свидетельствует об удовлетворительных знаниях выпускника и об ограниченном умении решать профессиональные задачи.

**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО** – два вопроса не имеют решения. Содержание ответов свидетельствует о слабых знаниях студента и его неумении решать профессиональные задачи.

ФОС составлен в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, профилю подготовки Интернет-журналистика.

Автор-составитель: Е.Ю. Коломийцева, доктор филологических наук, профессор

ФОС одобрен на заседании кафедры Журналистики