

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Айза Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 14:04:38
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
А.Г. Садыкова

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Бренд-журналистика

Направление подготовки	42.04.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Медиаменеджмент и медиааналитика
Год начала обучения	2026
Форма обучения	Очная
Реализуется в семестре	3

Введение

1. Назначение: для организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации при оценивании уровня приобретенных компетенций у обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, направленность (профиль) «Медиаменеджмент и медиааналитика»

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Бренд-журналистика»

3. Разработчик Горбачев Андрей Михайлович, доцент Департамента медикоммуникаций

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель – Рубежной А.А. – председатель УМК Высшей школы креативных индустрий

Члены комиссии:

Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе

Горбачев А.М., доцент Департамента медиакоммуникаций

Представитель организации-работодателя

Акопян Н.А., шеф-редактор сайта ГТРК «Ставрополье» ФГУП «ВГТРК «Ставрополье»

Экспертное заключение: рекомендовано к использованию в учебном процессе

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворит ельно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворите льно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
ПК-2				
Результаты обучения по дисциплине: ИД-1_{ПК-2}. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа.	Не умеет готовить журналистский текст (или) продукт к публикации с учетом требований редакции СМИ или другого медиа, демонстрирует полное отсутствие понимания процесса и необходимых стандартов.	Предпринимает попытки подготовить журналистский текст (или) продукт к публикации, но делает это на репродуктивном уровне, без должного учета или с искажением требований конкретной редакции СМИ или другого медиа, допускает грубые ошибки в оформлении, структуре, формате или содержании, делающие продукт непригодным для публикации без существенной переработки.	Готовит журналистский текст (или) продукт к публикации с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа, но допускает незначительные ошибки (например, в оформлении, форматировании, метаданных), которые требуют небольшой коррекции перед публикацией. В целом справляется с текстами/продуктами средней сложности, но может испытывать затруднения с продуктами высокой сложности.	Свободно готовит журналистский текст (или) продукт любого уровня сложности к публикации, полностью учитывая и применяя требования конкретной редакции СМИ или другого медиа. Работа выполняется практически без ошибок или с минимальными неточностями, которые не препятствуют немедленной публикации или требуют минимальной, стандартной редакторской правки.
И Д - 2_{ПК-2}. Анализирует информационную повестку интернет-СМИ и журналистскую деятельность.	Не умеет или не способен осуществлять анализ информационной повестки интернет-СМИ и журналистской деятельности.	Осуществляет попытки анализа информационно й повестки интернет-СМИ и журналистской деятельности на репродуктивном уровне, допускает грубые ошибки в определении ключевых тем, выявлении тенденций или оценке	Осуществляет анализ информационной повестки интернет-СМИ и журналистской деятельности, допускает незначительные ошибки в полноте анализа, точности формулировок или выявлении всех существенных аспектов.	Свободно и полно осуществляет анализ информационной повестки интернет-СМИ и журналистской деятельности, точно выявляет ключевые тренды, закономерности и особенности, демонстрирует глубокое понимание предмета анализа. Анализ выполняется самостоятельно и соответствует поставленной задаче.

		деятельности.		
ПК-3				
ИД-1_{ПК-3}. Проводит анализ интернет-проектов в сфере журналистик и / медиа.	Не умеет или не способен проводить анализ интернет-проектов в сфере журналистики / медиа, демонстрирует полное отсутствие понимания методик и критериев оценки.	Предпринимает попытки анализа интернет-проектов, но делает это на репродуктивном уровне (например, простое описание), допускает грубые ошибки в применении методик анализа, определении критериев или оценке проектов. Анализ поверхностен и не позволяет сделать обоснованные выводы.	Проводит анализ интернет-проектов в сфере журналистики / медиа, применяя основные методики, но допускает незначительные ошибки в полноте анализа, точности применения критериев или структурировании результатов. Выводы в целом верны, но могут быть неполными или недостаточно обоснованными.	Свободно и полно проводит анализ интернет-проектов в сфере журналистики / медиа. Точно применяет различные методики анализа, глубоко оценивает сильные и слабые стороны проектов, выявляет их особенности, тренды и перспективы развития. Анализ самостоятелен, структурирован, выводы обоснованы и полностью соответствуют поставленной задаче.
И Д - 2_{ПК-3}. Разрабатывает концепцию интернет-проектов в сфере журналистик и / медиа и пути ее реализации.	Не умеет или не способен разрабатывать концепцию интернет-проектов в сфере журналистики / медиа и пути ее реализации, демонстрирует полное отсутствие понимания процессов проектирования.	Предпринимает попытки разработки концепции интернет-проектов... и путей ее реализации на репродуктивном уровне (например, копирует существующие решения). Допускает грубые ошибки в формировании концепции (неясность, нежизнеспособность) или планировании реализации (нереалистичность сроков, отсутствие ресурсного обеспечения, пропуск ключевых этапов). Результат требует полной переработки или не может быть	Разрабатывает концепцию интернет-проектов в сфере журналистики / медиа и основные пути ее реализации. Концепция в целом логична, пути реализации намечены, но допускает незначительные ошибки в детализации концепции, полноте планирования, оценке ресурсов, рисков или определении конкретных шагов. Может испытывать затруднения при разработке концепции и реализации проектов высокой сложности.	Свободно и полно разрабатывает концепцию интернет-проектов в сфере журналистики / медиа и детально прорабатывает пути ее реализации. Концепция ясна, логична, оригинальна (где применимо) и жизнеспособна. Пути реализации реалистичны, структурированы, обоснованы, учитывают все необходимые аспекты (ресурсы, сроки, риски, целевая аудитория и т.д.). Работа выполняется самостоятельно, качественно и полностью соответствует поставленной задаче.

		реализован.		
--	--	-------------	--	--

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.	b	Основное отличие бренд-журналистики от традиционной журналистики: а) Отсутствие необходимости проверять факты б) Финансирование контента непосредственно брендом или компанией с) Приоритет развлекательного контента над информационным д) Исключительно негативная подача информации о конкурентах е) Использование только текстовых форматов	ПК-2
2.	b,c,e	Три стратегические цели, которые могут быть достигнуты с помощью эффективной бренд-журналистики: а) Максимальное снижение производственных затрат компании б) Повышение узнаваемости и осведомленности о бренде с) Формирование экспертного имиджа бренда на рынке д) Прямое стимулирование немедленных импульсных покупок е) Создание лояльного сообщества вокруг бренда	ПК-2
3.	b,c,d	Три аспекта, которые важно учитывать при разработке контентной стратегии бренд-журналистики: а) Информация о личной жизни руководителей компании	ПК-2

		b) Ценности и миссия бренда c) Глубокое понимание потребностей и интересов целевой аудитории d) Особенности Tone of Voice (ToV) бренда e) Среднемесячная заработную плату сотрудников отдела продаж	
4.	b	Основополагающий элемент эффективного бренд-сторителлинга: a) Использование исключительно сложных научных терминов b) Создание эмоциональной связи с аудиторией через нарратив c) Изложение только сухих фактов о продукте или услуге d) Игнорирование реакции аудитории на контент e) Строгое соблюдение формата пресс-релиза	ПК-2
5.	b,c,f	Четыре формата контента, которые часто используются в бренд-журналистике: a) Официальные юридические документы b) Лонгриды и аналитические статьи c) Подкасты и аудио-истории d) Инфографика e) Художественная литература, не связанная с брендом f) Документальные видеоролики о процессах или людях компании	ПК-2
6.	a,b,d,e	Четыре типа платформ, наиболее характерные для дистрибуции бренд-журналистского контента: a) Внутренние корпоративные блоги и сайты b) Социальные сети c) Наружная реклама (билборды) d) Внешние медиа через нативные публикации или партнерства e) Корпоративные печатные издания (журналы, газеты)	ПК-2
7.	B,c,d,e,f	Пять элементов, которые необходимо включить в концепцию бренд-журналистского проекта: a) Подробный список всех сотрудников компании с контактами b) Цели проекта и ключевые сообщения бренда c) Описание целевой аудитории проекта d) Выбор форматов контента и платформ для дистрибуции e) Примерный бюджет и сроки реализации f) Контент-план проекта	ПК-2
8.	B,c,d,e,	Четыре ключевых аспекта при планировании и реализации бренд-журналистского проекта: a) Разработка детального сценария всех будущих продаж b) Составление контент-календаря c) Организация процесса создания и редактирования материалов	ПК-3

		d) Планирование дистрибуции и продвижения контента е) Определение системы метрик для оценки эффективности	
9.	B,c,e	Три этических аспекта, имеющих особое значение в бренд-журналистике: a) Обязательное скрывание факта, что контент создан брендом b) Четкое и понятное маркирование брендированного контента c) Избегание конфликта интересов между задачами бренда и принципами достоверности d) Использование любых данных пользователей без их согласия е) Соблюдение авторских прав при использовании сторонних материалов	ПК-3
10.	B,c,d,e,f	Пять метрик, которые часто используются для оценки эффективности бренд-журналистского контента и проектов: a) Количество проданных акций компании на бирже b) Трафик на страницы с контентом на ресурсах бренда c) Вовлеченность аудитории в социальных сетях (лайки, репосты, комментарии) d) Время, проведенное пользователем на странице с контентом е) Упоминания бренда и тональность публикаций в СМИ и соцсетях (медиамониторинг) f) Количество лидов или конверсий, ассоциированных с контентом	ПК-3

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрена для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если студент свободно осуществляет анализ индивидуальных и коллективных медиапроектов в соответствии с поставленной задачей, разрабатывает и реализует журналистский проект индивидуально или в составе коллектива.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент осуществляет анализ индивидуальных и коллективных медиапроектов, допускает незначительные ошибки, разрабатывает и реализует журналистский проект только в составе коллектива.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент осуществляет анализ индивидуальных и коллективных медиапроектов на репродуктивном уровне, допускает грубые ошибки, разрабатывает журналистский проект в составе коллектива, выполняя отдельные функции.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент не умеет осуществлять анализ индивидуальных и коллективных медиапроектов, не умеет разрабатывать реализовывать журналистский проект индивидуально или в составе коллектива.

