

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Генрисовна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 25.05.2026 14:04:38

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dc1abc6ab7a

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
Медиамаркетинг

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется в семестре

42.04.02 Журналистика
Медиаменеджмент и медиааналитика
2026
очная
___2___

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 «Медиамаркетинг».

3. Разработчик Петренко Олег Андреевич, 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., директор 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 (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
Компетенция: УК-1				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> И Д - 1 _{УК-1} . Ориентируется в основных методах и приемах критического анализа проблемных ситуаций с учетом концептуальных положений системного подхода.	Не ориентируется в основных методах и приемах критического анализа проблемных ситуаций при осуществлении медиамаркетинга	Плохо ориентируется в основных методах и приемах критического анализа проблемных ситуаций при осуществлении медиамаркетинга	Недостаточно полно ориентируется в основных методах и приемах критического анализа проблемных ситуаций при осуществлении медиамаркетинга	Уверенно ориентируется в основных методах и приемах критического анализа проблемных ситуаций при осуществлении медиамаркетинга
И Д - 2 _{УК-1} . Разрабатывает методологию исследования и решения проблемной ситуации.	Не способен разработать методологию маркетингового исследования	Плохо разрабатывает методологию маркетингового исследования	Недостаточно полно разрабатывает методологию маркетингового исследования	Уверенно разрабатывает методологию маркетингового исследования
Компетенция: ПК-4				
И Д - 1 _{ПК-4} . Ориентируется в методике преподавания дисциплин по направлению подготовки	Не знает методику преподавания дисциплины «Медиамаркетинг» и других журналистских дисциплин	Плохо ориентируется в методике преподавания дисциплины «Медиамаркетинг» и других журналистских дисциплин	Недостаточно полно ориентируется в методике преподавания дисциплины «Медиамаркетинг» и других журналистских дисциплин	Уверенно ориентируется в методике преподавания дисциплины «Медиамаркетинг» и других журналистских дисциплин
И Д - 2 _{ПК-4} . Разрабатывает учебно-методические материалы дисциплин	Не умеет разрабатывать учебно-методические материалы для дисциплины «Медиамаркетинг» и других журналистских дисциплин	На низком уровне умеет разрабатывать учебно-методические материалы для дисциплины «Медиамаркетинг» и других журналистских дисциплин	Умеет разрабатывать учебно-методические материалы для дисциплины «Медиамаркетинг» и других журналистских дисциплин	Уверенно умеет разрабатывать учебно-методические материалы для дисциплины «Медиамаркетинг» и других журналистских дисциплин
И Д - 3 _{ПК-4} .	Отсутствуют навыки	Слабые навыки	Имеет навыки	Сформированы на

Участвует в процессе преподавания	участия в процессе преподавания журналистских дисциплин	участия в процессе преподавания журналистских дисциплин	участия в процессе преподавания журналистских дисциплин	высоком уровне навыки участия в процессе преподавания журналистских дисциплин
-----------------------------------	---	---	---	---

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)	Термин, которым обозначается особый вид редакционной деятельности, целью которой является получение и активное использование информации, необходимой для оптимизации производства и продвижения на медиарынок товара, удовлетворяющего запросы и потребности его потребителей, и способствующей укреплению финансовой базы СМИ и обеспечению его существования a) медиаменеджмент b) медиамаркетинг c) медиаэкономика d) медиауправление	УК-1
2.	a)	Термин, обозначающий набор тактических инструментов и методов, используемых компанией для продвижения своих товаров или услуг на рынке a) маркетинговый комплекс b) медиамаркетинг c) медиаэкономика d) медиауправление	УК-1
3.	a), b), c), d)	Четыре основных компонента модели маркетинговой деятельности 4P a) продукт b) цена c) место d) продвижение e) размещение	УК-1
4.	a)	Верно определение понятия «позиционирование СМИ» a) определение места СМИ в избранном рыночном сегменте b) расширение территории распространения СМИ c) выявление конкурентных преимуществ СМИ	УК-1
5.	d)	Верное определение термина «контент-маркетинг» a) определение места СМИ в избранном рыночном сегменте b) расширение территории распространения СМИ c) выявление конкурентных преимуществ СМИ d) распространение в Интернете качественной и полезной для целевой аудитории информации – экспертных статей, видео обзоров и т.д.	УК-1
6.	a), b), c), d)	PEST – анализ в маркетинге направлен на выявление следующих аспектов внешней среды	УК-1

		a) политический b) экономический c) социокультурный d) технологический e) психологический	
7.	a), b), c), d)	SWOT-анализ - метод анализа, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: a) сильные стороны b) слабые стороны c) возможности d) угрозы e) награды	УК-1
8.	a)	Термин, которым обозначается маркетинговый инструмент для распределения рекламных бюджетов и оценки результатов кампании a) медиаплан b) медиапрогноз c) медиауправление d) медиаменеджмент	УК-1
9.	b)	Термин, которым обозначается реклама, которая органично вписывается в содержание материала и воспринимается аудиторией как естественная часть контента a) контекстная реклама b) нативная реклама c) визуальная реклама d) баннерная реклама	УК-1
10.	a), b)	Модели монетизации интернет-медиа a) коммерческая монетизация b) социальное финансирование c) медиапланирование d) медиаменеджмент	УК-1
11.		Специфика ценообразования в разных сегментах медиаиндустрии	УК-1
12.		Дистрибуция в системе маркетинга медиакомпаний	УК-1
13.		Использование различных типов маркетинговых коммуникаций для продвижения СМИ и их медиапродукции	УК-1
14.		Позиционирование бренда	УК-1

15.		Программа как основной методический документ преподавания учебной дисциплины	ПК-4
16.		Методики подготовки и проведения лекций и практических занятий	ПК-4
17.		Разработка учебно-методических материалов дисциплин	ПК-4

2. Описание шкалы оценивания

Рейтинговая система оценки не предусмотрена для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры.

3. Критерии оценивания компетенций*

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он в высокой степени ориентируется в основных методах и приемах критического анализа проблемных ситуаций при осуществлении медиамаркетинга, разрабатывает методологию маркетингового исследования, знает методику преподавания дисциплины «Медиамаркетинг», умеет разрабатывать учебно-методические материалы для дисциплины «Медиамаркетинг», имеет навыки участия в процессе преподавания журналистских дисциплин.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он ориентируется в основных методах и приемах критического анализа проблемных ситуаций при осуществлении медиамаркетинга, разрабатывает методологию маркетингового исследования, знает методику преподавания дисциплины «Медиамаркетинг», умеет разрабатывать учебно-методические материалы для дисциплины «Медиамаркетинг», имеет навыки участия в процессе преподавания журналистских дисциплин.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он плохо ориентируется в основных методах и приемах критического анализа проблемных ситуаций при осуществлении медиамаркетинга, плохо разрабатывает методологию маркетингового исследования, знает методику преподавания дисциплины «Медиамаркетинг», слабо умеет разрабатывать учебно-методические материалы для дисциплины «Медиамаркетинг», не имеет навыки участия в процессе преподавания журналистских дисциплин

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не ориентируется в основных методах и приемах критического анализа проблемных ситуаций при осуществлении медиамаркетинга, не разрабатывает методологию маркетингового исследования, не знает методику преподавания дисциплины «Медиамаркетинг», не умеет разрабатывать учебно-методические материалы для дисциплины «Медиамаркетинг», не имеет навыки участия в процессе преподавания журналистских дисциплин
