

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Дипломатическая академия Министерства иностранных дел  
Российской Федерации»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ТЕХНОЛОГИЯ БРЕНД-ЖУРНАЛИСТИКИ**

Направление подготовки 42.03.02 ЖУРНАЛИСТИКА

Направленность (профиль) подготовки Международная журналистика

Формы обучения: очная

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Объем дисциплины (модуля):

в зачетных единицах: 3 з.е.

в академических часах: 108 ак.ч.

Шангараев Р.Н. Технология бренд-журналистики: Рабочая программа дисциплины (модуля). – Москва: Дипломатическая академия МИД России, 2024г.  
Рабочая программа по дисциплине (модулю) Технология бренд-журналистики: по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, направленность (профиль) программы «Международная журналистика» составлена Шангараевым Р.Н. в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 524

Директор библиотеки



Толкачева Ю.В.

Рабочая программа:

**обсуждена и рекомендована** к утверждению решением кафедры от 24 января 2024 г., протокол № 1.

Заведующий кафедрой стратегических коммуникаций и государственного управления



Карпович О.Г.

**рекомендована**

Учебно-методическим советом

(УМС)

Академии

от 21 марта 2024 г., протокол № 7

Председатель УМС



Ткаченко М.Ф.

**одобрена** Ученым Советом Академии 27 марта 2024г., протокол № 4

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

### Цель:

познакомить студентов с актуальным направлением работы в современной зарубежной журналистике и современным подходом к созданию и распространению современного контента в медиaprостранстве.

### Задачи:

- изучение современных подходов к международной журналистской деятельности в условиях мультимедийной среды и информационного общества;
- знакомство с междисциплинарным подходом к созданию современного международного контента, необходимое для эффективной работы журналиста и исследователя;
- изучение методов создания и распространения контента в современной медиасреде;
- формирование системного подхода к использованию современных информационных медиатехнологий в профессиональной международной деятельности журналиста и в научных исследованиях.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-5.1; ПК-5.2.

№ п/п	Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Код и формулировка индикатора компетенции	Планируемые результаты обучения
1	ПК-5. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-5.1 Информировать аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов	Знать: основные принципы и подходы бренд – журналистики, междисциплинарный характер бренд-журналистики. Уметь: найти необходимый инструмент или технологию подготовки и распространения мультимедийного контента в соответствии с поставленной задачей. Владеть: способами формирования и распространения мультимедийного контента..

		ПК-5.2 Оценивает реакцию целевой аудитории и отслеживает успешность продвижения бренда	<p>Знать: подходы к пониманию процесса медиаконвергенции, ее признаки и специфику работы журналиста в ней.</p> <p>Уметь: определить технологии формирования и распространения мультимедийного контента, анализировать запросы аудитории и формировать распространение мультимедийного контента.</p> <p>Владеть: навыками подготовки медиапродукта для компании или СМИ, навыками создания мультимедийного контента и представления информации в медиасреде.</p>
--	--	--	---

### 3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

#### Очная форма обучения\*

Виды учебной деятельности	Всего	По семестрам			
		5	6	7	8
<b>1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:</b>	<b>20,3</b>			<b>20,3</b>	
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	<b>20</b>			<b>20</b>	
• занятия лекционного типа	<b>10</b>			<b>10</b>	
• занятия семинарского типа:	<b>10</b>			<b>10</b>	
практические занятия	<b>10</b>			<b>10</b>	
лабораторные занятия					
в том числе занятия в интерактивных формах					
в том числе занятия в форме практической подготовки					
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	<b>0,3</b>			<b>0,3</b>	
<b>2. Самостоятельная работа студентов, всего</b>	<b>87,7</b>			<b>87,7</b>	
• курсовая работа (проект)					
• др. формы самостоятельной работы:	<b>87,7</b>			<b>87,7</b>	
освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы	<b>40</b>			<b>40</b>	
изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.)	<b>47,7</b>			<b>47,7</b>	
<b>3. Промежуточная аттестация: зачет</b>	<b>зачет</b>			<b>зачет</b>	
<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>			<b>108</b>	
Общая трудоемкость	<b>3</b>			<b>3</b>	

#### **4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий**

4.1. Содержание дисциплины (раскрывается по разделам и темам)

##### **Тема 1. Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования к современным коммуникациям**

Признаки информационного общества. Ключевые отличия от предыдущих формаций

Новые каналы медиакоммуникации в эпоху информационного общества

Медиаграмотность в информационном обществе

Специфика современных коммуникаций

##### **Тема 2. Бренд – журналистика как междисциплинарный подход к коммуникациям в современном информационном пространстве. Связь с маркетингом, коммуникациями, журналистикой.**

Бренд – журналистика как междисциплинарный подход к коммуникациям

Технологии журналистики, маркетинга в бренд - журналистике

История развития бренд – журналистики. Разные подходы и понимания предмета

Специфика бренд - журналистики

##### **Тема 3. Технологии бренд – журналистики**

Технологии бренд - журналистики

Технологии формирования контента в формате бренд - журналистики

Технологии распространения контента

Social Media Marketing – как актуальная форма взаимодействия СМИ с аудиторией.

Формирование медиаимиджа организации

Использование бренд – журналистики в медиакоммуникациях

##### **Тема 4. Взаимодействие с медиааудиторией**

Понятие современной медиааудитории

Методы изучения медиааудитории. Классификация медиааудитории

Инструменты взаимодействия с медиааудиторией

Коммуникации медиааудиторией с организацией

##### **Тема 5. Формирование корпоративных коммуникаций в формате бренд – журналистики**

Современное понимание корпоративных коммуникаций

Типы и виды корпоративных коммуникаций

Инструменты бренд – журналистики в корпоративных коммуникациях

Построение медиаимиджа современной организации

*Очная форма обучения*

№	Раздел дисциплины, тема	Занятия лекционного типа	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
		ак.час.	ак.час.	ак.час.	ак.час.
1	Тема 1. Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования к современным коммуникациям Семинар. Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования к современным коммуникациям	2	2		17
2	Тема 2. Бренд – журналистика как междисциплинарный подход к коммуникациям в современном информационном пространстве. Связь с маркетингом, коммуникациями, журналистикой. Семинар. Бренд – журналистика как междисциплинарный подход к коммуникациям в современном информационном пространстве. Связь с маркетингом, коммуникациями, журналистикой.	2	2		17
3	Тема 3. Технологии бренд – журналистики Семинар. Технологии бренд – журналистики	2	2		17,7
4	Тема 4. Взаимодействие с медиааудиторией	2	2		18
5	Тема 5. Формирование корпоративных коммуникаций в формате бренд – журналистики Семинар. Формирование корпоративных коммуникаций в формате бренд – журналистики	2	2		18
<b>ИТОГО</b>		<b>10</b>	<b>10</b>		<b>87,7</b>

## 4.2. Самостоятельное изучение обучающимися разделов дисциплины

### Очная форма обучения

<b>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</b>	<b>Формы самостоятельной работы*</b>	<b>Оценочное средство для проверки выполнения самостоятельной работы</b>
Тема 1. Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования к современным коммуникациям	освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы; -изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);	Устный опрос
Тема 2. Бренд – журналистика как междисциплинарный подход к коммуникациям в современном информационном пространстве. Связь с маркетингом, коммуникациями, журналистикой.	освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы; -изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);	Устный опрос

Тема 3. Технологии бренд – журналистики	освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы; -изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);	Устный опрос
Тема 4. Взаимодействие с медиааудиторией	освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы; -изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);	Устный опрос
Тема 5. Формирование корпоративных коммуникаций в формате бренд – журналистики	освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы; -изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);	Устный опрос

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины Технология бренд-журналистики – закрепить теоретические знания, полученные в ходе лекционных занятий, сформировать навыки в соответствии с требованиями, определенными в ходе занятий семинарского типа.

Подробная информация о видах самостоятельной работы и оценочных средствах для проверки выполнения самостоятельной работы приведена в Методических рекомендациях по самостоятельной работе обучающихся.

## **5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Образцы заданий текущего контроля и промежуточной аттестации Фонда оценочных средств (ФОС) представлены в Приложении к Рабочей программе дисциплины (модуля) (РПД). В полном объеме ФОС хранится в печатном виде на



кафедре, за которой закреплена дисциплина.

## **6. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **6.1. Нормативные правовые документы**

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 11.03.2024) "О средствах массовой информации". - URL : <https://base.garant.ru/10164247/> (дата обращения: 15.02.2024). - Текст : электронный.

### **6.2. Основная литература**

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 363 с. - ISBN 978-5-534-04357-0. - URL: <https://urait.ru/bcode/535995> (дата обращения: 26.02.2024). - Режим доступа : для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 345 с. - ISBN 978-5-534-11621-2. - URL: <https://urait.ru/bcode/542211> (дата обращения: 21.02.2024). - Режим доступа : для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

3. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : Учебное пособие / О. Г. Кузьмина. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2024. - 176 с. - ISBN 978-5-369-01614-5. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=434428> (дата обращения: 26.02.2024). - Режим доступа : для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

### **6.3. Дополнительная литература**

1. Мисонжников, Б. Я. Введение в профессию: журналистика : учебное пособие для вузов / Б. Я. Мисонжников, А. Н. Тепляшина. - 3-е изд., доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 190 с. - ISBN 978-5-534-10439-4. - URL: <https://urait.ru/bcode/541858> (дата обращения: 21.02.2024). - Режим доступа : для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. - Москва : Юрайт, 2024. - 341 с. - ISBN 978-5-9916-9046-1. - URL: <https://urait.ru/bcode/536537> (дата обращения: 21.02.2024). - Режим доступа : для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

3. Чаган, Н. Г. PUBLIC RELATIONS в режиме реального маркетинга : учебное пособие / Н. Г. Чаган. - Москва : Русайнс, 2024. - 340 с. - ISBN 978-5-466-06352-3. - URL: <https://book.ru/book/953608> (дата обращения: 25.02.2024). - Режим доступа : для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

7.1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая

профессиональные базы данных

1. Министерство иностранных дел: официальный сайт. - Москва. - URL: <https://mid.ru/>. (дата обращения: 19.02.2024). - Текст : электронный.
2. Правительство Российской Федерации: официальный сайт. - Москва. - Обновляется в течение суток. - URL: <http://government.ru> (дата обращения: 19.02.2024). - Текст: электронный.
3. РАПСИ - Российское агентство правовой и судебной информации. Новости, публикация, законодательство, судебная практика. Мультимедийные материалы. - URL: <http://rapsinews.ru/> (дата обращения: 19.02.2024). - Текст: электронный.
4. Союз журналистов России [www.ruj.ru/](http://www.ruj.ru/)
5. РИА новости [www.rian.ru](http://www.rian.ru)
6. «Медиаскоп» — портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования <http://www.mediascope.ru/>
7. ВЦИОМ: системный исследовательско-консалтинговый подход <https://wciom.ru/>

## 7.2. Информационно-справочные системы

1. СПС КонсультантПлюс. компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)
2. Сервис журналистских запросов <https://pressfeed.ru/>

## 7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

-Microsoft Office - 2016 PRO (Полный комплект программ: Access, Excel, PowerPoint, Word и т.д);

-Программное обеспечение электронного ресурса сайта Дипломатической Академии МИД России, включая ЭБС; 1С: Университет ПРОФ (в т.ч., личный кабинет обучающихся и профессорско-преподавательского состава);

-Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» версия 3.3 (отечественное ПО);

-Электронная библиотека Дипломатической Академии МИД России на платформе «МегаПро» - <https://elib.dipacademy.ru/MegaPro/Web.;>

-ЭБС «Лань» - [https://e.lanbook.com/;](https://e.lanbook.com/)

-Справочно-информационная полнотекстовая база периодических изданий «East View» - <http://dlib.eastview.com.;>

-ЭБС «Университетская библиотека - online» - <http://biblioclub.ru.;>

-ЭБС «Юрайт» - <http://www.urait.ru.;>

-ЭБС «Book.ru» - <https://www.book.ru.;>

-ЭБС «Znaniy.com» - <http://znaniy.com.;>

-ЭБС «IPRbooks» - <http://www.iprbookshop.ru.;>

-7-Zip (свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных)

(отечественное ПО);

-АИМР Бесплатный аудио проигрыватель (лицензия бесплатного программного обеспечения) (отечественное ПО);

-Foxit Reader (Бесплатное прикладное программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (лицензия бесплатного программного обеспечения);

-Система видеоконференц связи BigBlueButton (<https://bbb.dipacademy.ru>) (свободно распространяемое программное обеспечение).

-Система видеоконференц связи «Контур.Талк» (отечественное ПО).

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

## **8. Описание материально–технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Дисциплина «Технология бренд-журналистики» обеспечена:

учебной аудиторией для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций, набором демонстрационного оборудования.

Учебные аудитории соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы учебной мебелью.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде Академии.

## Обновление рабочей программы дисциплины (модуля)

Наименование раздела рабочей программы дисциплины (модуля), в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела рабочей программы дисциплины (модуля), в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела рабочей программы дисциплины (модуля), в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Рабочая программа дисциплины (модуля):  
обновлена, рассмотрена и одобрена на 20\_\_\_/\_\_\_ учебный год на заседании кафедры  
\_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г., протокол № \_\_\_\_\_

Приложение к РПД

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Дипломатическая академия Министерства иностранных дел  
Российской Федерации»**

**ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по  
дисциплине (модулю)**

Технология бренд-журналистики

Направление подготовки 42.03.02 ЖУРНАЛИСТИКА

Направленность (профиль) подготовки Международная журналистика

Формы обучения: очная

Квалификация выпускника: бакалавр

Москва

**Цель фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) (далее ФОС) -** установление соответствия уровня сформированности компетенций обучающегося, определенных в ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки и ОПОП ВО.

#### **Задачи ФОС:**

- контроль и управление достижением целей реализации ОПОП, определенных в виде набора компетенций выпускников;
- оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины с выделением положительных/отрицательных;
- контроль и управление процессом приобретения обучающимися необходимых знаний, умений, навыков, определенных в ФГОС ВО и ОПОП ВО;
  - обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс Академии.

#### **Оценочные материалы разрабатываются с учетом следующих принципов:**

- актуальность (соответствие действующим нормативным правовым актам, отраслевым регламентам, ГОСТ (ам) и т.д.);
- адекватность (ориентированность на цели и задачи ОПОП, дисциплины (модуля), практик, НИР, их содержание);
- валидность (возможность использования для «измерения» сформированности компетенций с целью получения объективных результатов);
- точность и однозначность формулировок (недопущение двусмысленного толкования содержания задания);
- достаточность (обеспечение наличия многовариантности заданий);
- наличие разнообразия методов и форм.

### **1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств**

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу данной дисциплины.

Рабочей программой дисциплины «Технология бренд-журналистики» предусмотрено формирование следующих компетенций: ПК-5.1; ПК-5.2

### **2. Показатели и критерии оценивания контролируемой компетенции на различных этапах формирования, описание шкал оценивания**

**Применение оценочных средств на этапах формирования компетенций**

Код и наименование формируемой компетенции	Код и формулировка индикатора достижения формируемой компетенции	Результаты обучения	Наименование контролируемых разделов и тем дисциплины (модуля)	Наименование оценочного средства	
				контрольная точка текущего контроля	промежуточная аттестация
ПК-5. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-5.1 Информировать аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов	Знать: основные принципы и подходы бренд – журналистики, междисциплинарный характер бренд-журналистики. Уметь: найти необходимый инструмент или технологию подготовки и распространения мультимедийного контента в соответствии с поставленной задачей. Владеть: способами формирования и распространения мультимедийного контента..	Тема 1. Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования к современным коммуникациям Тема 2. Бренд – журналистика как междисциплинарный подход к коммуникациям в современном информационном пространстве. Связь с маркетингом, коммуникациями, журналистикой. Тема 3. Технологии бренд – журналистики Тема 4. Взаимодействие с медиааудиторией Тема 5. Формирование корпоративных коммуникаций в формате бренд – журналистики	Эссе по теме 3	Вопросы для зачета
	ПК-5.2 Оценивает реакцию целевой аудитории и отслеживает успешность	Знать: подходы к пониманию процесса медиаконвергенции, ее признаки и специфику работы журналиста в	Тема 1. Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования		

	<p>продвижения бренда</p>	<p>ней.          Уметь: определить технологии формирования и распространения мультимедийного контента, анализировать запросы аудитории и формировать распространение мультимедийного контента.          Владеть: навыками подготовки медиапродукта для компании или СМИ, навыками создания мультимедийного контента и представления информации в медиасреде.</p>	<p>к современным коммуникациям          Тема 2. Бренд – журналистика как междисциплинарный подход к коммуникациям в современном информационном пространстве. Связь с маркетингом, коммуникациями, журналистикой.          Тема 3. Технологии бренд – журналистики          Тема 4. Взаимодействие с медиааудиторией          Тема 5. Формирование корпоративных коммуникаций в формате бренд – журналистики</p>		
--	---------------------------	--	---	--	--



**3. Контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (индикаторов достижения компетенций), характеризующих результаты обучения в процессе освоения дисциплины (модуля) и методические материалы, определяющие процедуры оценивания**

**3.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля**

**Тема эссе:**

**Тема 3. Технологии бренд – журналистики**

Технологии бренд - журналистики

Технологии формирования контента в формате бренд - журналистики

Технологии распространения контента

Social Media Marketing – как актуальная форма взаимодействия СМИ с аудиторией.

Формирование медиаимиджа организации

Использование бренд – журналистики в медиакоммуникациях

**Критерии оценивания эссе**

<i>Макс. 9-10 баллов (в соответствии с балльно-рейтинговой системой )</i>	Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.
<i>6-8 баллов</i>	Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.
<i>3-5 баллов</i>	Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.
<i>0-2 балла</i>	Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

### 3.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

В качестве оценочного средства для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используется: *Зачет*.

№ п/п	Форма контроля	Форма и условия проведения промежуточной аттестации	Представление оценочного средства в фонде
1.	Зачет	Зачет в устной форме состоит из одного вопроса	Перечень вопросов

#### Вопросы к зачету

1. Специфические черты информационного общества.
2. Динамика медиапотребления в условиях информационного общества.
3. Медиабезопасность в современных медиа.
4. Медиаграмотность в современном информационном обществе.
5. Бренд – журналистика: определение, использование в современных медиа (приведите примеры).
6. Бренд – журналистика как междисциплинарный подход (приведите примеры)
7. Бренд – журналистика в современных корпоративных коммуникациях
8. Специфика современных корпоративных коммуникаций (приведите примеры)
9. Технологии распространения контента с использованием подхода бренд - журналистики
10. Формирование контента с использованием бренд - журналистики
11. Медиааудитория в современном информационном пространстве
12. Технологии работы с медиааудиторией.
13. Распространение контента в современных медиа
14. История развития бренд - журналистики.
15. Журналистские и маркетинговые технологии в бренд - журналистике.
16. Опыт использования бренд – журналистики в корпоративных коммуникациях.
17. Опыт использования бренд – журналистики в медиакоммуникациях.
18. Использование бренд – журналистики как подхода в российских организациях (приведите примеры)

## Критерии оценивания (зачет)

**30-60 баллов** ставится в том случае, когда обучающийся обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Обучающийся уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

**менее 30 баллов** ставится в том случае, когда обучающийся не обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены неправильно, обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.

Итоговый результат аттестационных испытаний по дисциплине за семестр выставляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе, утвержденным приказом ректора Академии №11-05-45 от 03 марта 2023 г.

По окончании процедуры промежуточной аттестации производится перевод баллов в традиционную систему оценивания с учетом баллов, полученных за мероприятия текущего контроля, и промежуточной аттестации.

Результатом освоения дисциплины «Технология бренд-журналистики» является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий (продвинутый), хороший, базовый, недостаточный.

### Показатели уровней сформированности компетенций

Уровень/балл	Профессиональные компетенции
<p>Высокий (продвинутый) (оценка «отлично», «зачтено») <b>86-100</b></p>	<p>Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач.            Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы.            Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции</p>
<p>Хороший (оценка «хорошо», «зачтено») <b>71-85</b></p>	<p>Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине.            Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продемонстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками.            Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков</p>
<p>Базовый (оценка «удовлетворительно», «зачтено») <b>56-70</b></p>	<p>Обучающийся владеет знаниями основного материала на базовом уровне.            Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Продемонстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач</p>
<p>Недостаточный (оценка «неудовлетворительно», «не зачтено») <b>Менее 56</b></p>	<p>Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков</p>

## Обновление фонда оценочных средств

Наименование раздела фонда оценочных средств, в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела фонда оценочных средств, в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела фонда оценочных средств, в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Фонд оценочных средств в составе Рабочей программы дисциплины:  
обновлен, рассмотрен и одобрен на 20\_\_\_/\_\_\_ учебный год на заседании  
кафедры \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.,  
протокол № \_\_\_\_\_