Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.10.2026 15:55:15
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447

Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ И, ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Директор Международного
института журналистики и,
телевидения и медиакоммуникаций
_____ Ю.В. Шуйская
«17» декабря 2025г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине:
Мультимедийные технологии в рекламе и PR

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриат)

Направление\профиль:
«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «Мультимедийные технологии в рекламе и PR». Направление подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций» / Д.В. Мультановская – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Разработчик: Д.В. Мультановская

Заведующий кафедрой: _____ / Ю. В. Шуйская

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Мультимедийные технологии в рекламе и PR» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) «Мультимедийные технологии в рекламе и PR». На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Для определения качества освоения обучающимися учебного материала по дисциплине используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Оценочное средство	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Тестирование	Вид контроля, позволяющий оценить изученный теоретический материал.	Вопросы для проведения тестирования
2	Практические задания	Вид контроля, позволяющий оценить умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач	Задания к практическому занятию
3	Контрольная работа	Вид контроля, позволяющий определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций	Задания контрольной работы
4	Самостоятельная работа	Вид контроля, позволяющий оценить проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборку нормативного и иного материала и выполнение других заданий	Задания самостоятельной работы
5	Курсовая работа	Вид контроля, позволяющий выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для	Индивидуальные задания (темы) для курсовой работы

		обучения, и определить уровень владения новым материалом	
6	Зачет / Зачет с оценкой / Экзамен	Вид контроля, позволяющий выявить степень овладения знаниями, умениями и навыками, необходимыми для дальнейшего освоения образовательной программы подготовки	Вопросы для подготовки к зачету/зачету с оценкой/экзамену

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Сопроводительная информация

Разработчик	Мультановская Д.В.
Кафедра	Гуманитарных и специальных дисциплин
Наименование дисциплины	Мультимедийные технологии в рекламе и PR
Факультет / институт	Международный институт журналистики, телевидения и медиакоммуникаций
Направление подготовки / специальность	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Количество вопросов в оценочных заданиях (диапазон)	30
Общее время тестирования (мин)	90
Общее количество вопросов / заданий в ФОС	От 30 до 60
Размещенность на веб-сайте Университета примерного перечня вопросов, заданий ФОС — для подготовки обучающихся к прохождению оценки (да / нет)	Да

3.2. Характеристика оцениваемых компетенций

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.1 Знать** маркетинговые технологии **ИПК-1.2 Уметь** выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей **ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ

4. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

4.1. ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Тесты содержат набор вопросов, в полном объеме охватывающие изученный теоретический материал по указанной теме (индикаторы ЗНАТЬ). Выполнение тестов позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов

достижения компетенций. Индивидуальный тестовый сеанс для каждого обучающегося формируется по специальному алгоритму, обеспечивающему заданную тематическую структуру и пропорциональное наличие вопросов разного типа и сложности.

При формировании тестов необходимо использовать задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

<table>
<tr><th>Тема</th><th>Код и формулировка компетенции</th><th>Индикаторы достижения компетенции</th><th>Тест по теме</th></tr>
<tr><td>Тема 1. Медиасреда и «человек коммуникационный»</td><td>ПК-1
Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации</td><td>ИПК-1.1 Знать
маркетинговые технологии</td><td>1. Как бы вы объяснили, кто такие «цифровые аборигены»?
Ожидаемый ответ: люди, рожденные и живущие с ощущением медиа как неотъемлемой части бытования. Это дети, уже «рожденные с телефоном в руках»

2. Найдите корректный термин для нижеследующего определения:
«_____ – процесс сближения, слияния различных медиаплатформ, различных средств передачи информационного материала»
А) мультимедиа
Б) синергия
В) цифровая социализация
Г) конвергенция
Правильный ответ: Г

3. Чем «цифровые коммуникации» отличаются от «коммуникаций»? Дайте свой ответ.
Ожидаемый ответ: наличием посредника – любого устройства, способного передавать информацию в цифровом виде</td></tr>
<tr><td>Тема 2. «Цифровая среда»</td><td>ПК-1
Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации</td><td>ИПК-1.1 Знать
маркетинговые технологии</td><td>1. Что послужило толчком к формированию новой – цифровой – коммуникативной среды:
А) появление первых доступных цифровых персональных компьютеров,
Б) появление сети Интернет
В) появление социальных сетей
Г) появление смартфонов
Правильный ответ: А

2. Соотнесите принцип цифровой среды с его определением:

<table><tr><th>Принцип</th><th>Определение</th></tr></table></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>Тема</th><th>Код и формулировка компетенции</th><th>Индикаторы достижения компетенции</th><th>Тест по теме</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>
<table>
<tr><td>1. «числовое представление»</td><td>А) числовое кодирование и модульная структура приводят к возможности автоматизации многих операций в создании медиа</td></tr>
<tr><td>2. модульность</td><td>Б) среда программируется и описывается математически, с объектами «новых медиа» могут быть произведены алгоритмические манипуляции</td></tr>
<tr><td>3. изменчивость</td><td>В) каждый элемент цифрового продукта — часть целого, при этом компоненты мультимедийного продукта сохраняют свою самобытность</td></tr>
<tr><td>4. транскодируемость</td><td>Г) возможность перевода одного формата в другой</td></tr>
<tr><td>5. автоматизация</td><td>Д) в цифровой среде ничего не существует в «отлитой» форме, все в ней может постоянно модифицироваться — программы, приложения)</td></tr>
</table>
Правильный ответ: 1Б, 2В, 3Д, 4Г, 5А

3. Отметьте самые важные для медиа и журналистики характеристики современной цифровой среды:
А) изменчивость
Б) локальность
</td></tr>
</table>

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			В) интерактивность Г) стабильность Д) мультимедийность Правильный ответ: А, В, Д
Тема 3. Структура мультимедийного продукта. Текст с гиперссылками как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.1 Знать** маркетинговые технологии	**1. Выберите правильное утверждение:** А) компоненты мультимедийного продукта должны дублировать друг друга по смыслу Б) расположение компонентов должно быть подчинено логике высказывания В) в мультимедийном продукте обязательно должны быть задействованы все возможные компоненты Г) мультимедийный продукт всегда предполагает обратную связь от аудитории Правильный ответ: Б **2. Выберите классические решения визуального выделения гиперссылок** А) нижнее подчеркивание Б) заливка зеленым цветом В) синий шрифт текста Г) звездочка или сноска в конце слова Правильный ответ: А, В **3. Расставьте в корректной последовательности элементы мультимедийного продукта в стандартном лонгриде** А) инфографика Б) UGC В) лид Г) заголовок Правильный ответ: Г, В, А, Б
Тема 4.	**ПК-1**	**ИПК-1.1 Знать**	**1. Расставьте в логичном порядке шаги по созданию инфографики:**

<table>
<tr><th>Тема</th><th>Код и формулировка компетенции</th><th>Индикаторы достижения компетенции</th><th>Тест по теме</th></tr>
<tr><td>Инфографика как модуль мультимедийного продукта</td><td>Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации</td><td>маркетинговые технологии</td><td>А) выбор площадки размещения
Б) определения подходящего типа инфографики по содержанию
В) подбор визуальных решений – цветов, шрифтов, иконок
Г) определение ключевых мыслей сообщения
Правильный ответ: Г, Б, А, В

2. Определите соответствие между типом инфографики по содержанию и примерами

<table><tr><th>Тип инфографики</th><th>Примеры</th></tr><tr><td>1. карта</td><td>А) рекламный модуль салона красоты с фотографиями «Было»/ «Стало»</td></tr><tr><td>2. алгоритм</td><td>Б) глобус</td></tr><tr><td>3. иерархия</td><td>В) информационный стенд «Правила поведения при пожаре»</td></tr><tr><td>4. сравнение</td><td>Г) пирамида Маслоу</td></tr></table>Правильный ответ: 1Б, 2В, 3Г, 4А

3. Укажите распространенные ошибки при составлении инфографики:
А) подробное изложение материала
Б) использование визуальных элементов В) использование иконок разных стилей, Г) объединение в одном пункте сразу несколько шагов, мыслей
Правильный ответ: А, В, Г</td></tr>
</table>

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
Тема 5. Иллюстрации как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.1** **Знать** маркетинговые технологии	1. **Какова основная функция художественно-образной иллюстрации** А) познание мира, Б) передача чувств героев, атмосферы произведения В) отвлечение читателей от текста, Г) заполнение пустот при недостаточном объеме текста Правильный ответ: Б 2. **В чем отличие штриховой иллюстрации от полутоновой?** Ожидаемый ответ: штриховая иллюстрации состоит из штрихов, линий и точек. Полутоновая иллюстрация предполагает переход от света к тени, который рождает объем фигур. **3. Выберите корректное утверждение:** А) анатомический атлас – это иллюстрация, сама по себе являющаяся предметом изучения, Б) штриховые иллюстрации могут быть только в научно-познавательных мультимедийных продуктах, В) все черно-белые фотографии – это документальные иллюстрации Г) в Интернете существует большое количество иллюстраций, которые можно использовать свободно, без оглядки на авторское право Правильный ответ: А
Тема 6. Видеоконтент как модуль мультимедийн	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового	**ИПК-1.1** **Знать** маркетинговые технологии	**1. Каков стандартный хронометраж короткого вставочного видео**? А) 1 минута, Б) 5 минут, В) 20 секунд,

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
ого продукта	продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации		Г) до 2 минут Правильный ответ: В 2. **Опишите своими словами видеоформат DIY** Ожидаемый ответ: этот видеоформат подразумевает образовательный контент. DIY – Do It Yourself 3**. В какие видеоформаты может быть упакован информационный контент? Отметьте все подходящие варианты.** А) видеоконференция, Б) видеоурок, В) новости, Г) короткое вставочное видео Правильный ответ: А, В
Тема 7. UGC как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.1 Знать** маркетинговые технологии	**1. Расставьте в правильном порядке шаги по реализации UGC-стратегии** А) Анализ эффективности кампании Б) Определение победителя В) формирование сообщения с условиями, дедлайнами и другими ключевыми параментрами Г) выбор типа UGC в зависимости от аудитории Правильный ответ: 1Г, 2В, 3Б, 4А 2**. Что из нижеперечисленного может являться примером UGC?** А) подарки, Б) дизайны и рисунки, В) подписка на издание,

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			Г) участие в мероприятиях, проводимых редакцией Правильный ответ: Б 3**. Расставьте типы обратной связи по трудозатратам для аудитории – от самого простого до самого сложного:** А) отзыв Б) звездочка в рейтинге, В) обзор, Г) комментарий Правильный ответ: Б, Г, А, В

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий

4.2 ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Практические задания должны отражать умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ).

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
Тема 1. Медиасреда и «человек коммуникационный»	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**И П К - 1 . 2 Уметь** выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Найдите любой свежий (не старше 1 недели) инфоповод, связанный с цифровыми технологиями (презентация нового гаджета, программы и тд). В течение 20 минут подготовьте сообщения о событии для 3 уровней медиа. Для медиа первого уровня – напишите текст объемом 1 тысяча знаков с пробелами. Для медиа второго уровня – сформулируйте формат и содержание сообщения. Для медиа третьего уровня – сформулируйте формат и содержание сообщения.
Тема 2. «Цифровая среда»	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных	**И П К - 1 . 2 Уметь** выявлять факторы,	Составьте таймлайн своего медиапотребления, указав какие медиа входят в круг ваших интересов, что, как и когда (время суток) вы читаете, смотрите, слушаете, изучаете (онлайн-курсы), во что играете (компьютерные игры) и тд. Проанализируйте, как медиапотребление сказывается (и сказывается ли) на

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
	источников информации	определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	вашем образе жизни. Определите, работая в мини-группах по 5 человек, среднее время включенности студентов в цифровую среду в день/неделю/месяц.
Тема 3. Структура мультимедийного продукта. Текст с гиперссылками как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**И П К - 1 . 2 Уметь** выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные	Выберите инфоповод, связанный с искусством (выставка, фестиваль и тд). Подготовьте структуру мультимедийного продукта на выбранную тему, состоящую из текста и минимум 3 других мультимедийных модулей. Выберите релевантные источники этих модулей, аргументируйте выбор. Аргументируйте последовательность модулей.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
		характеристики целевой аудитории потребителей	
Тема 4. Инфографика как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**И П К - 1 . 2 Уметь** выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Редакция поручила вам написать лонгрид на тему пользы зеленого чая. Вы решаете добавить в него инфографику. Какой тип инфографики по содержанию вы выберете? Аргументируйте свой выбор. Напишите текст для инфографики, который будет выражать вашу мысль. Подберите визуальные решения. Создайте инфографику в любом доступном приложении/программе (Power Point, Word, мобильные сервисы, приложения в смартфонах).
Тема 5. Иллюстрации как	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по	**И П К - 1 . 2 Уметь**	Редакция поручила вам написать лонгрид на тему празднования Дня города. Создайте план текста и в соответствии с ним подберите 4 иллюстрации, каждая из которых хотя бы 1 параметром отличалась бы от других по классификации

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
модуль мультимедийного продукта	результатам анализа российских и зарубежных источников информации	выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	ОСТ «Издания. Термины и определения». Объясните различия. Укажите источники иллюстраций, аргументируйте выбор.
Тема 6. Видеоконтент как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**И П К - 1 . 2 Уметь** выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ,	Разбейтесь на мини-группы из 4 человек, распределив между собой роли оператора, интервьюера и двух интервьюируемых. Выберите актуальную социально-политическую тему и запишите в формате видеоопроса ролик, раскрывающий два разных взгляда на проблему. Хронометраж – не более 3 минут. Предложите онлайн-издания, в которых мог бы быть опубликован подобный видеоконтент, и аргументируйте свой выбор.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
		существенные характеристики целевой аудитории потребителей	
Тема 7. UGC как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.2 Уметь** выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Выберите тему мультимедийного продукта, в рамках которого вы могли бы запросить у своей аудитории обратную связь в виде дизайна и рисунков. Сформулируете сообщение для UGC, указав в нем исчерпывающую информацию по условиям участия. Аргументируйте выбор площадки для размещения сообщения. Предложите 2 варианта вознаграждения участников в соответствии с предполагаемой целевой аудиторией.

Критерии оценивания практических занятий:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольные работы содержат несколько практических заданий по индивидуальным вариантам, в полном объеме охватывающих изученный материал по указанной теме (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ). Выполнение контрольных работ позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы
Тема 1. Медиасреда и «человек коммуникационный»	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и	**ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа и определения целевой аудитории на основании	**1. Для успешного выполнения своих профессиональных обязанностей мультимедийный журналист должен обладать рядом подпрофессий. Каких?** А) фотограф Б) психолог, В) видеооператор, Г) маркетолог,

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы
	зарубежных источников информации	имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	Д) юрист Правильный ответ: А, В **2. Какое качество информации в условиях цифровой среды выходит на первый план?** А) оперативность Б) эксклюзивность Г) глубина Д) легкость усвоения Правильный ответ: А
Тема 2. «Цифровая среда»	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	**1. Цифровая среда делает журналистику все более интерактивный. В чем проявляется эта интерактивность? Отметьте все правильные ответы.** А) Читатели стали чаще писать письма в редакцию Б) Читатели стали активнее оформлять подписку В) Читатели сами стали выбирать, как им потреблять контент – в каком порядке и в каком объеме Г) Читатели стали высказывать свое мнение относительно прочитанного с помощью лайков, репостов и других реакций Правильный ответ: В, Г **2. Для создания современного мультимедийного СМИ необходимы следующие группы технологий**: А) поисковые технологии Б) технологии агрегации В) технологии фиксации реальности и ее сохранения Г) технологии нейролингвистического программирования Правильный ответ: А, Б, В

<table>
<tr><th>Тема</th><th>Код и формулировка компетенции</th><th>Индикаторы достижения компетенции</th><th>Типовой вариант контрольной работы</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Тема 3. Структура мультимедийного продукта. Текст с гиперссылкам и как модуль мультимедийного продукта</td><td>ПК-1
Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации</td><td>ИПК-1.3 Владеть навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ</td><td>1. Установите соответствие между критериями копирайтингового текста и их значением:

<table><tr><th>Критерий</th><th>Значение</th></tr><tr><td>1. Водность</td><td>А. оригинальность текста, процент заимствований</td></tr><tr><td>2. Заспамленность</td><td>Б. наличие малозначимых с точки зрения алгоритмов слов (частиц, союзов и т. п.).</td></tr><tr><td>3. тошнота</td><td>В. частота повторов слов</td></tr><tr><td>4. уникальность</td><td>Г. частота и плотностью вхождения значимых (ключевых) слов.</td></tr></table>
Правильный ответ: 1Б, 2Г, 3В, 4А

2. Как называются слова и словосочетания, которые внедряет в текст журналист-копирайтер, чтобы сделать его SEO-оптимизированным?
А) термины
Б) ключевики
В) сленг
Г) определения
Д) дефиниции
Правильный ответ: Б</td></tr>
<tr><td>Тема 4. Инфографика как модуль мультимедийного продукта</td><td>ПК-1
Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных</td><td>ИПК-1.3 Владеть навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся</td><td>1. Укажите НЕверное высказывание:
А) в инфографике стоит использовать корпоративные цвета (при их наличии)
Б) стоит отдавать предпочтение цветному фону, а не белому, так как цвет привлекает внимание
В) в инфографике стоит использовать как можно больше различных гарнитур шрифтов, чтобы сделать дизайн привлекательным и интересным
Г) при создании инфографики важно учитывать площадку для ее размещения</td></tr>
</table>

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы
	источников информации	данных ситуации на рынке продукции СМИ	Правильный ответ: В **2. Что из нижеперечисленного является инфографикой:** А) азбука, Б) карта, В) фотография Г) скрин экрана Правильный ответ: А, Б
Тема 5. Иллюстрации как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	**1. Выделите основные операции по редактированию фото, к которым чаще всего прибегает мультимедийный журналист:** А) кадрирование Б) исправление завала горизонта В) ретушь портрета Г) фотоколлаж Д) применение фильтров Правильный ответ: А, Б **2. В каких мультимедийных продуктах чаще всего встречаются иллюстрации, имеющие условный характер?** А) в фэшн-лонгридах Б) в интервью В) в научно-познавательных материалах Г) в лонгридах на тему культуры и искусства Правильный ответ: В
Тема 6. Видеоконтент	**ПК-1** Поиск	**ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа	**1. Какова главная цель короткого вставочного видео?** А) разнообразить ритм публикации

<table>
<tr><th>Тема</th><th>Код и формулировка компетенции</th><th>Индикаторы достижения компетенции</th><th>Типовой вариант контрольной работы</th></tr>
<tr><td>как модуль мультимедий ного продукта</td><td>идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации</td><td>и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ</td><td>Б) сократить воздух на странице
В) добавить динамики лонгриду
Г) привлечь внимание аудитории
Правильный ответ: Г

2. Определите соответствие между форматом видео и его типом по содержанию

<table><tr><th>Формат</th><th>Тип по содержанию</th></tr><tr><td>1. новости</td><td>А. Образовательный</td></tr><tr><td>2. видеоуро к</td><td>Б. Информационный</td></tr><tr><td>3. короткое вставочное видео</td><td>В. развлекательный</td></tr><tr><td>4. видеопер едача</td><td>Г. рекламный</td></tr></table>
Правильный ответ: 1Б, 2А, 3Г, 4В</td></tr>
<tr><td>Тема 7. UGC как модуль мультимедий ного продукта</td><td>ПК-1
Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации</td><td>ИПК-1.3 Владеть навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ</td><td>1. Отметьте верное высказывание:
А) редакции стоит закрывать комментарии, чтобы не провоцировать конфликты под своими публикациями
Б) предоставляя возможность комментировать своим читателям, редакция повышает доверие аудитории
В) к комментариям не следует относиться серьезно и тем более искать в них идеи для новых публикаций
Г) лайки под постами гораздо важнее, чем комментарии
Правильный ответ: Б</td></tr>
</table>

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы
			2. Отметьте цели редакции при запуске UGC: А) поиск свежего контента, Б) отвлечение внимания от низких тиражей В) привлечение новых читателей/подписчиков Г) увеличение трафика Д) перевод читателей с печатной версии на электронную Правильный ответ: А, В, Г

Критерии оценивания контрольной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя.
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.4. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (индикаторы ЗНАТЬ, УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ — на выбор) включает в себя проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборка нормативного и иного материала и выполнение других заданий.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
Тема 1. Медиасреда и «человек коммуникационный»	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.1 Знать** маркетинговые технологии	Подготовьте эссе объемом 3 тысячи знаков с пробелами на тему: «Человек аналоговый» и «человек цифровой»: трудности коммуникации и поиск общих ценностей». В работе необходимо проанализировать сложности в коммуникации, с которыми сталкиваются люди разных поколений – доцифрового и цифрового, поразмышлять над проблемой отцов и детей в современной ее интерпретации, где главным триггером является гаджет и цифровая среда, и нащупать пути выхода на общие ценности.
Тема 2. «Цифровая среда»	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.1 Знать** маркетинговые технологии	Создайте презентацию на тему «Цифровая среда как источник информации». При подготовке презентации выполните следующие задачи: 1. проанализируйте потенциал цифровой среды для журналиста, находящегося в поисках тем и фактов, 2. поразмышляйте над ресурсами среды как источниками информации, 3. подумайте над осуществлением фактчекинга сетевых текстов, 4. обозначьте существующие проблемы с авторским правом в цифровой среде и возможные пути их решения. Объем презентации, включая титульный слайд, – не менее 5 слайдов.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
Тема 3. Структура мультимедийного продукта. Текст с гиперссылками как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.2 Уметь** выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Напишите текст объемом 2 тысячи знаков на тему «Санкт-Петербург Петра I» для читателей, которые впервые собираются посетить город на Неве. Снабдите его 3 гиперссылками, расширяющими вашу информацию. Обратите внимание на качество ресурсов для перехода, на глубину представленной на них информацию. С помощью программы Word оформите гиперссылки классическим образом, чтобы каждая из них представляла собой слово или словосочетание, написанное синим шрифтом с нижним подчеркиванием. Каждая гиперссылка должна быть кликабельной.
Тема 4. Инфографика как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	Найдите в Сети примеры 3 некачественно исполненных инфографик, где у одной есть недочеты по тексту, у другой – по дизайну, а у третьей – несоответствие между поставленной задачей, выраженной в заголовке, и выбором визуального решения. Предложите пути исправления каждой из них.
Тема 5. Иллюстрации как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных	**ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке	Напишите эссе объемом 3 тысячи знаков с пробелами на тему «Роль рисунка в мультимедиа». Дайте определение понятию «рисунок», обозначьте преимущества этого вида иллюстративного материала по сравнению с гораздо более популярной сегодня фотографией, приведите примеры разных жанров мультимедийных продуктов, в которых оптимальным иллюстративным материалом может быть именно рисунок.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
	источников информации	продукции СМИ	
Тема 6. Видеоконтент как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.2 Уметь** выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Подберите 3 разных видеоролика, в которых представлен один и тот же тип контента по содержанию, но при этом форматы предоставления видеоконтента – разные. Тип контента возьмите образовательный, а форматы следующие – видеоконференция, видеоурок и видеопередача.
Тема 7. UGC как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.2 Уметь** выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Подберите 3 примера неудачных сообщений для UGC: 1 – из VK, 2 – из Telegram, 3 – с сайта СМИ. Объясните, почему аудитория не дала либо дала нерелеватную обратную связь на призыв автора к действию. Предложите пути исправления всех трех сообщений UGC.

Критерии оценивания самостоятельной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	выставляется если работа носит научно-исследовательский характер, проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
хорошо	выставляется если проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
удовлетворительно	выставляется если проведен сравнительный анализ научно-методической литературы, приведены примеры
неудовлетворительно	выставляется если работа прошла проверку на антиплагиат и соответствует требованиям оформления

4.5. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа позволяет выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом.

Примерные индивидуальные задания (темы) для курсовых работ:

учебным планом курсовой работы по дисциплине не предусмотрено

Критерии оценивания курсовой работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Представлены результаты структурированного и логически последовательного обзора литературных и иных источников по теме исследования. Структура курсовой работы логически и методически выдержана. Верно определены исходные данные для расчетов. Все аналитические расчеты выполнены верно, корректно применены методы экономического анализа, не нарушена методика анализа предмета исследования. Все выводы и предложения убедительно аргументированы. При защите курсовой работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на вопросы преподавателя, демонстрирует глубокое знание теоретического материала, способен аргументировать собственные утверждения и выводы
хорошо	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Представлены результаты структурированного и логически последовательного обзора литературных и иных источников по теме исследования. Структура курсовой работы логически и методически выдержана. Верно определены исходные данные для расчетов. В расчетах допускаются незначительные (не искажающие общего итога оценки) погрешности/ошибки. Большинство выводов и предложений аргументировано, корректно применены методы экономического анализа, не нарушена методика анализа предмета исследования. Оформление курсовой работы и полученные результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две несущественные ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах, в оформлении таблиц. Наличествует незначительное количество грамматических и/или стилистических ошибок. При защите курсовой работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на большинство вопросов преподавателя, демонстрирует хорошее знание теоретического материала, но не всегда способен аргументировать собственные утверждения и выводы. При наводящих вопросах преподавателя исправляет ошибки в ответе
удовлетворительно	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Результаты обзора литературных и иных источников представлены недостаточно полно, недостаточно

	логично и последовательно. Верно определены исходные данные для расчетов, но имеются грубые ошибки в расчетах. Аргументация выводов и предложений слабая или отсутствует. Экономические выводы носят констатирующий (описательный) характер. Имеются одно-два существенных отклонений от требований в оформлении курсовой работы. Полученные результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две существенных ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах. Много грамматических и/или стилистических ошибок. При защите курсовой работы обучающийся допускает грубые ошибки при ответах на вопросы преподавателя, демонстрирует слабое знание теоретического материала, в большинстве случаев не способен уверенно аргументировать собственные утверждения и выводы
неудовлетворительно	Содержание курсовой работы не соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Неверно определены исходные данные для расчетов, неверно и не корректно применены методы экономического анализа. Экономические выводы содержат неверную экономическую оценку. Имеются более двух существенных отклонений от требований в оформлении курсовой работы. Большое количество существенных ошибок по сути работы, много грамматических и стилистических ошибок и др. Полученные результаты не отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. При защите курсовой работы обучающийся демонстрирует слабое понимание программного материала, студент не может защитить свои решения, допускает грубые фактические ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе не отвечает на них. Курсовая работа не представлена преподавателю. Обучающийся не явился на защиту курсовой работы

5. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/зачета с оценкой/экзамена.

5.1. Вопросы к зачету/зачету с оценкой/экзамену:

1. «Цифровое поколение»: характеристики новых пользователей будущего медиаконтента
2. Факторы, лежащие в основе мировых тенденций изменения медиапотребления
3. Параметры коммуникационной среды
4. Главные характеристики современной цифровой среды для медиа и журналистики
5. Медиа, мультимедиа и конвергенция: основные понятия
6. «Цифровые коммуникации» и «коммуникации старого формата»: определения и отличия
7. Три уровня медиа
8. Навыки мультимедийного журналиста
9. Журналист-«рюкзачник»: чем он отличается от журналиста «старой школы»
10. Принципиальные изменения в журналистской деятельности, спровоцированные развитием мультимедийных технологий
11. Группы технологий, создающих современное мультимедийное СМИ
12. Медиа и СМИ: определения и различия
13. Компоненты мультимедийного продукта
14. Инфографика: типы по содержанию
15. Инфографика: правила создания
16. Инфографика как модуль мультимедийного продукта: преимущества и «недостатки»
17. Характеристики текста в мультимедийном продукте
18. Гиперссылки: правила использования
19. Видеоконтент как модуль мультимедийного продукта
20. Видеоконтент: форматы предоставления видео
21. Видеоконтент: типы видео по содержанию
22. Иллюстрации как модуль мультимедийного продукта
23. Виды иллюстраций мультимедийного продукта
24. UGC как модуль мультимедийного продукта
25. Типы UGC
26. Алгоритм составления UGC-кампании

Критерии оценивания зачета:

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
не зачтено	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом

	дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающимся правильно и полностью раскрыто содержание материала в пределах программы, чётко и правильно даны определения и раскрыто содержание понятий, точно использованы научные и технические термины, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения
хорошо	Выставляется, если обучающимся раскрыто основное содержание материала в пределах программы, даны определения и раскрыто содержание понятий, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения, но присутствуют незначительные нарушения в последовательности изложения, имеются одна-две неточности в содержании ответа
удовлетворительно	Выставляется, если обучающимся содержание учебного материала изложено фрагментарно, не всегда последовательно, не даны определения, не раскрыто содержание понятий, или они изложены с ошибками, допускаются ошибки и неточности в использовании научной терминологии, отсутствуют выводы и обобщения из предыдущего материала, или возможны ошибки в их изложении
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающимся основное содержание учебного материала не раскрыто, не даются ответы на основные вопросы, допускаются грубые ошибки в определении понятий, в использовании терминологии, отсутствуют выводы и обобщения

6. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Задания для диагностической работы должны обеспечивать оценку полностью или частично сформированных компетенций. Каждое задание должно быть привязано к тому или иному индикатору сформированности компетенций.

При формировании заданий для диагностической работы необходимо использовать тестовые задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Все типы заданий должны быть представлены не менее одного раза.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
	Тема 1. Медиасреда и «человек коммуникационный»	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**И П К - 1 . 1 Знать** маркетинговые технологии	Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	**Одна из основных характеристик аудитории мультимедийного журналиста – многозадачность. Найдите корректную расшифровку данной характеристики:** А) мир все больше воспринимается аудиторией через визуализацию информации с помощью «картинок», а поскольку картинок вокруг много, то и задач по их обработке - много Б) современная коммуникация узаконила «подсматривание», трансляцию жизни онлайн, и аудитория считает своей «задачей» наблюдение за жизнью других В) у аудитории сформирована привычка к одновременному использованию 3–4 коммуникативных устройств и включенность сразу в несколько медиасред Г) аудитория включена в жизнь людей и сообществ с помощью множества устройств Правильный ответ: В	**Кого следует подразумевать под «авторами контента» в «гражданской журналистике»?** А) журналиста с активной жизненной позицией Б) блогера с большой аудиторией В) любого человека, являющегося гражданином определенной страны Г) военного когрреспондента Правильный ответ: Б

	Тема 2. «Цифровая среда»	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**И П К - 1 . 1 Знать** маркетинговые технологии	Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	**Ученые фиксируют кардинальные и неизбежные перемены, связанные с цифровой средой. В чем они выражаются?** А) появление «трансактивной памяти», когда люди начинают опираться на память друг друга, Б) «эффект гугла», когда важнее алгоритм и скорость поиска, нежели запоминание фактов, В) «рассеянность внимания», когда необходимость навигации в сетевых потоках тренирует распределение внимания и восприятия, Г) «феномен однозадачности», при котором человек все свое внимание фиксирует на одной цифровой задаче, буквально уходит в нее с головой, и благодаря Сети в конечном итоге решает ее максимально эффективно. Правильный ответ: А, Б, В	**Основное отличие конвергентного журналиста от традиционного в том, что он… Отметьте верные пункты:** А) имеет профильный диплом, Б) относится к «цифровым аборигенам», В) умеет определять оптимальный для конкретной новости формат, Г) обладает знаниями и умениями создавать в оптимальном формате свой материал, Д) работает в редакции электронного издания Правильный ответ: В, Г
	Тема 3. Структура мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа	**ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа и определения целевой	Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия	**Установите соответствие между компонентами мультимедийного продукта и их предназначением.** **Компонент** | **Функция**	**Мультимедийный продукт как часть экосистемы цифрового СМИ обладает тремя основными особенностями, представленными в левой колонке. Определите значение**

	. Текст с гиперссылками как модуль мультимедийного продукта	российских и зарубежных источников информации	аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ		1. гиперссылка — А. Визуализация текста 2. инфографика — Б. Расширение информации, представление бэкграунда сюжета 3. UGC — В. «Раскрытие» события с помощью ряда изображений 4. слайд-шоу — Г. Выстраивание диалога с аудиторией Правильный ответ: 1Б, 2А, 3Г, 4В	**каждой из них, выбрав соответствующий пункт из правой колонки.** **Особенность** — **Функция** 1. гипертекстуальность — А) Возможность передачи сообщений в разных знаковых системах — вербальной, графической, звуковой, фото, видео, анимационной 2. мультимедийность — Б) многосторонний информационный обмен с потребителем, причем как с отдельными представителями, так и с аудиторией в целом 3. интерактивность — В) Возможность повысить полноту и достоверность информации, предоставить пользователям возможность

						читать текст не только линейно, но и вглубь. Правильный ответ: 1В, 2А, 3Б
	Тема 4. Инфографика как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.	**Чем вы можете объяснить высокий виральный потенциал инфографики?** Ожидаемый ответ: Инфографика – это визуализация текста. И именно визуальная составляющая инфографики обеспечивает ее виральный потенциал, то есть привлекательность для репоста, обмена. Ведь картинкой, как правило, делятся чаще.	**Как вы считаете, является ли азбука – инфографикой? Объясните свой ответ.** Ожидаемый ответ: Является. Инфографика – это визуализация контента, сочетание текста и картинки. Азбука как раз содержит и то, и другое: каждая буква сопровождается картинкой.
	Тема 5. Иллюстрации как модуль мультимедийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности	**Расположите приведенные ниже виды иллюстрации по частоте использования в мультимедийных продуктах на социальные темы (от самого редкого к наиболее часто встречающемуся)** А) график, Б) рисунок, В) фотография Г) чертеж Правильный ответ: Г, Б, А, В	**Расположите приведенные ниже сюжеты иллюстрации по степени привлекательности для аудитории (от наименее интересного к наиболее привлекающему внимание)** А) атрибут профессиональной деятельности Б) человек В) человек и атрибут профессиональной деятельности Правильный ответ: А, В, Б
	Тема 6. Видеоко	**ПК-1** Поиск	**И П К - 1 . 1 Знать**	Тип задания 3 Задания	**Что из нижеперечисленного НЕ является форматом представления**	**Выберите верную характеристику**

	нтент как модуль мультим едийного продукта	идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	маркетингов ые технологии	комбинированн ого типа, предполагающ ие выбор одного правильного ответа из предложенн ых с последующи м объяснением своего выбора	**видеоконтента?** А) видеокомментарий к статье Б) видеосюжет В) видеоопрос, Г) видеоурок Правильный ответ: Б	**информационного видеоконтента** А) короткая длительность и глубокая проработка информации Б) юмор и привлечение лидеров мнений В) большой хронометрах и обязательное наличие ведущего в кадре Г) частая смена кадров и наличие минимум 3 сюжетных линий Правильный ответ: А
	Тема 7. UGC как модуль мультим едийного продукта	**ПК-1** Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	**ИПК-1.2** **Уметь** выявлять факторы, определяющи е потребительск ий спрос на продукцию СМИ, существенные характеристик и целевой аудитории потребителей	Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.	**Как вы можете объяснить взаимосвязь феномена социального доказательства и UGC?** Ожидаемый ответ: Феномен социального доказательства лежит в основе способности UGC формировать доверие аудитории. Когда медиаресурс дает возможность читателям высказаться, учитывает их мнение, между СМИ и читателями выстраиваются более прочные отношения. Новые читателя, видя подобный диалог, склонны относится к СМИ более лояльно, с большим доверием	**Как вы можете объяснить виральность UGC?** Ожидаемый ответ: У пользовательского контента (UGC) высокая виральность, так как люди склонны делиться своим творчеством с друзьями и знакомыми.

Критерии оценивания диагностической работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий