

Комплект оценочных материалов по междисциплинарному курсу

УП.03 Учебная практика ПМ 03 Проектирование медиапродукта

42.02.02 Издательское дело

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один правильный ответ

1. Что из перечисленного является одним из основных компонентов мультимедиа, представляющим собой последовательность статичных изображений, создающих иллюзию движения?

- А) Текст
- Б) Видео
- В) Звук
- Г) Изображение

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.4.

2. Какой инструмент PR чаще всего используется для официального информирования СМИ о событиях компании?

- А) Лэндинг-страница
- Б) Пост в соцсетях
- В) Пресс-релиз
- Г) SEO-оптимизация

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.7.

3. Какова основная функция Web-сервера?

- Д) Хранение и обработка электронной почты
- Е) Хранение веб-страниц и их передача по запросу клиента
- Ж) Предоставление доступа к файлам по протоколу FTP
- З) Управление базами данных

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.3.

Задания закрытого типа на установление соответствия

Установите правильное соответствие.

Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

1. Установите соответствие между основным компонентом мультимедиа и его характеристикой

Компонент мультимедиа		Характеристика	
1)	Текст	А)	Аудиоинформация, воспринимаемая слухом
2)	Звук	Б)	Последовательность статичных кадров,

- | | |
|----------------|--|
| 3) Изображение | В) создающая иллюзию движения |
| 4) Видео | Г) Символьная информация, предназначенная для чтения |
| | Г) Визуальное представление информации в статичной форме |

Правильный ответ

1	2	3	4
В	А	Г	Б

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.1.

2. Установите соответствие между способом рекламы и его описанием

- | Способ рекламы | Описание |
|---|--|
| 1) Социальные сети как инструмент маркетинга | А) Телевизионный ролик, как устоявшийся формат рекламы с определённой длительностью и структурой |
| 2) Методы исследования аудитории | Б) Применение 3D-моделей/AR вставок в печатных или цифровых материалах |
| 3) Виртуальная и дополненная реальность в рекламе | В) Определение демографических, поведенческих характеристик потребителей |
| 4) Жанровый формат телевизионной рекламы | Г) Использование платформ для регулярного взаимодействия и продвижения бренда |

Правильный ответ

1	2	3	4
Г	В	Б	А

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.7.

3. Установите соответствие между HTML-тегами и его назначением

- | HTML-теги | Назначение |
|------------|------------------------------------|
| 1) <a> | А) Создание таблицы |
| 2) <table> | Б) Создание формы для ввода данных |
| 3) | В) Создание гиперссылки |
| 4) <form> | Г) Вставка изображения |

Правильный ответ

1	2	3	4
В	А	Г	Б

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.3.

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность.

Запишите правильную последовательность букв слева направо.

1. Установите правильную последовательность этапов создания простого мультимедийного проекта:

- А) Тестирование и публикация готового проекта
- Б) Определение цели и целевой аудитории проекта
- В) Выбор программного обеспечения для разработки
- Г) Сбор и подготовка контента (текст, изображения, аудио)

Правильный ответ: Б, Г, В, А

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.6.

2. Установите правильную последовательность действий тестирования креативов и выбора оптимального варианта:

- А) Внедрение победившего варианта в масштабную кампанию
- Б) Сбор статистики и сравнение показателей (CTR, конверсии)
- В) Настройка и запуск А/В тестов на целевой аудитории
- Г) Формирование нескольких вариантов креативов (визуал/text)

Правильный ответ: Г, В, Б, А

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.6.

3. Установите правильную последовательность создания базового HTML-документа:

- А) Создание мультимедийных объектов и работа с изображениями
- Б) Определение структуры HTML-документа
- В) Описание тегов для создания таблиц
- Г) Использование нумерованных и маркированных списков

Правильный ответ: Б, Г, В, А

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.5.

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

Дополните пропуски в предложениях, используя одно или несколько слов, чтобы утверждение стало верным

1. Мультимедиа, объединяющее текст, графику, звук, видео и анимацию, является важным инструментом в _____ деле.

Правильный ответ: издательском

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.4.

2. При создании печатного рекламного продукта важно переводить изображения в цветовую модель _____.

Правильный ответ: CMYK

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.5.

3. Для проверки корректности заполнения форм, например, формата электронной почты или номера телефона, в JavaScript часто применяются _____ выражения.

Правильный ответ: регулярные

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.3.

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Какой аудиоэффект имитирует отражение звука от поверхностей, создавая ощущение пространства и объема, а не простое повторение??

Правильный ответ: Реверберация

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.1.

2. Дайте краткое определение SWOT-анализа

Правильный ответ: Анализ сильных и слабых сторон компании и внешних возможностей и угроз.

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.6.

3. Какое CSS-свойство отвечает за изменение цвета текста элемента?

Правильный ответ: Color

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.3.

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Опишите основные области применения мультимедийных технологий и приведите примеры их использования в каждой из областей

Время выполнения – 30 мин

Ожидаемый результат: развернутый ответ, демонстрирующий понимание широкого спектра применения мультимедийных технологий и умение приводить конкретные примеры.

Критерии оценивания:

- Описание областей применения (3 балла)
- Примеры использования в каждой области (3 балла)
- Полнота и логичность изложения (2 балла)
- Грамотность (2 балла)

Правильный ответ:

Мультимедийные технологии применяются в различных областях:

- Образование. Использование интерактивных учебников, онлайн-курсов с видеолекциями, виртуальных лабораторий и симуляторов. Пример: Создание интерактивного учебника по истории с 3D-моделями исторических артефактов и видеореконструкциями событий.
- Развлечения. Создание компьютерных игр, интерактивных фильмов, виртуальных аттракционов и мультимедийных инсталляций. Пример: Разработка компьютерной игры с использованием реалистичной графики, звуковых эффектов и интерактивного сюжета.
- Реклама и маркетинг. Разработка интерактивных рекламных баннеров, видеороликов, презентаций и виртуальных туров. Пример: Создание виртуального тура по новому жилому комплексу с возможностью осмотра квартир и выбора отделки.
- Издательское дело. Создание электронных книг с интерактивными элементами, аудио- и видеовставками, а также мультимедийных журналов и газет. Пример: Разработка интерактивного журнала о путешествиях с

видеорепортажами, 360-градусными панорамами и возможностью бронирования туров.

- Информационные системы. Разработка интерактивных киосков, информационных панелей и мультимедийных презентаций для музеев, выставок и торговых центров. Пример: Создание интерактивной карты города с возможностью поиска объектов, просмотра информации о них и построения маршрутов.

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.2.

2. Проанализировать кейс: сформулируйте цель, целевую аудиторию и KPI рекламной кампании для запуска второго тома популярного журнала в печатном и цифровом формате.

Время выполнения – 30 мин

Ожидаемый результат: развернутый план цели, целевой аудитории и KPI с обоснованием.

Критерии оценивания:

- Чёткая формулировка цели (3 балла)
- Корректное и подробное описание ЦА (4 балла)
- Обоснование и подбор релевантных KPI (3 балла)

Правильный ответ:

Цель: повысить продажи второго тома журнала на 25% за первый месяц после релиза и увеличить подписную базу цифровой версии на 15% за три месяца. ЦА: основная — мужчины и женщины 25–44 лет, образованная аудитория, интересующаяся тематикой журнала (указать темы), проживающие в городах с населением >100 тыс.; поведение: читают электронные версии, подписаны на тематические паблики, покупают печатные издания офлайн. Дополнительная ЦА: подписчики первого тома и лояльная аудитория автора. KPI: тираж продаж (экземпляры) и число подписок на цифровую версию; CTR рекламных объявлений $\geq 1,5\%$; конверсия на посадочной странице $\geq 3\%$; CPA для подписки ≤ 800 руб.; охват в целевой аудитории не менее 60% в ключевых регионах. Обоснование: сочетание печати и цифровых каналов требует метрик как по физическим продажам, так и по цифровым конверсиям; KPI связаны с целью увеличения продаж и подписок.

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.7.

3. Сравните табличную и блочную верстку веб-страниц. Опишите преимущества и недостатки каждого подхода. В каких случаях целесообразно использовать табличную верстку, а в каких – блочную?

Время выполнения – 30 мин

Ожидаемый результат: развернутый ответ, демонстрирующий знание различных подходов к верстке веб-страниц, их сильных и слабых сторон.

Критерии оценивания:

- Описание табличной и блочной верстки (2 балла)
- Преимущества табличной верстки (3 балла)
- Преимущества и недостатки блочной верстки (3 балла)
- Случаи применения табличной и блочной верстки (2 балла)

Правильный ответ должен содержать подробное сравнение двух подходов, включая такие аспекты, как гибкость, семантика, доступность, скорость загрузки и

поддержка различными браузерами. Необходимо указать, что табличная верстка устарела и не рекомендуется к использованию, за исключением специфических случаев, например, для верстки HTML-писем.

Компетенции (индикаторы): ОК 1 - ОК 9, ПК 3.3.