

**Комплект оценочных материалов по дисциплине  
«Медиакоммуникации и тенденции развития медиаиндустрии»**

**Задания закрытого типа**

**Задания закрытого типа на выбор правильного ответа**

*Выберите один правильный ответ.*

1. Какой формат контента чаще всего используется в Сети для передачи информации о текущих событиях и мнении автора?

- А) подкаст
- Б) блог
- В) лонгрид
- Г) аудиокнига

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

2. Какой из следующих терминов описывает явление использования социальных сетей для продвижения товаров и услуг?

- А) виртуальная реальность
- Б) экспресс-новости
- В) социальный маркетинг
- Г) социальная интеграция

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

3. Какой формат видеоконтента предназначен для вещания в режиме реального времени?

- А) анимация
- Б) видеоролик
- В) тизер
- Г) прямой эфир (live streaming)

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

*Выберите все правильные варианты ответов.*

1. Какие из перечисленных медиахолдингов являются российскими?

- А) «Национальная Медиа Группа»
- Б) News Corp
- В) РБК
- Г) Rambler&Co

Правильный ответ: А, В, Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

2. Какие медиасистемы из перечисленных относятся к региональным?

А) медиасистема Дальнего Востока

Б) медиасистема Крыма

В) медиасистема Москвы

Г) медиасистема Поволжья

Правильный ответ: А, Б, Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

3. Укажите, что из приведенного ниже относится к социальным медиа:

А) форумы

Б) социальные сети

В) блоги

Г) сайты СМИ

Д) поисковые системы

Е) корпоративные сайты компаний

Правильный ответ: А, Б, В

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

### **Задания закрытого типа на установление соответствия**

*Установите правильное соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.*

1. Установите соответствие между названием и характеристикой информационного агентства:

- |                |   |
|----------------|---|
| 1) ИТАР-ТАСС   | А) Крупнейшее частное информационное агентство в РФ и Восточной Европе. Основано в 1989 в Москве как первое независимое информационное агентство в СССР. Для рассылки информации одним из первых в мире начал применять телефакс  |
| 2) ИНТЕРФАКС   | Б) Первое государственное новостное агентство Луганской Народной Республики   |
| 3) РИА Новости | В) Действующий с 1904 года центральный государственный информационный орган в РФ. Сфера деятельности – поиск, сбор, обработка и оперативное распространение информации о событиях в РФ и за рубежом в сферах политики, экономики, социальной жизни, культуры, науки и техники, спорта |
| 4) ЛИЦ         | Г) Одно из крупнейших действующих российских государственных информационных агентств со штаб-квартирой в Москве   |

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-Г, 4-Б

## Компетенции (индикаторы): ОПК-5

### 2. Установите соответствие медийного понятия и его характеристики:

- |   |  |
|---|--|
| 1) Вирусный контент                         | А) Контент, который быстро распространяется в сети благодаря активному его обмену пользователями |
| 2) Медийный мем                             | Б) Специальный символ для обозначения темы   |
| 3) Брендингованный контент в медиаиндустрии | В) Юмористический образ или идея, быстро распространяющиеся в Сети                               |
| 4) Хэштег (#) в контексте социальных медиа  | Г) Материал, созданный или спонсированный брендом с целью продвижения своего имиджа              |

Правильный ответ: 1-А, 2-В, 3-Г, 4-Б

## Компетенции (индикаторы): ОПК-5

### 3. Установите соответствие между некоторыми угрозами в медиакоммуникации и их особенностями:

- |                               |   |
|-------------------------------|---|
| 1) Контентные риски           | А) Навязчивое желание войти в интернет и невозможность выйти из него, оказывающая пагубное воздействие на бытовую, учебную, социальную, рабочую, семейную, финансовую или психологическую сферы деятельности      |
| 2) Коммуникационные риски     | Б) Материалы, содержащие насилие, агрессию, порнографию, нецензурную лексику, информацию, разжигающую расовую ненависть, пропаганду анорексии и булимии, суицида, азартных игр, наркотических веществ и так далее |
| 3) Интернет-зависимость       | В) Возможность столкнуться с хищением персональной информации, риск подвергнуться вирусной атаке, онлайн-мошенничеству, спам-атаке, шпионским программам и так далее  |
| 4) Электронные (кибер-) риски | Г) Связаны с межличностными отношениями интернет-пользователей и включают риск подвергнуться оскорблениям и нападениям со стороны других  |

Правильный ответ: 1-Б, 2-Г, 3-А, 4-В

## Компетенции (индикаторы): ОПК-5

### **Задания закрытого типа на установление правильной последовательности**

*Установите правильную последовательность. Запишите правильную последовательность букв слева направо.*

1. Установите правильную последовательность становления интернета в СССР и РФ:

А) установка связи с иностранными образовательными центрами и университетами по международному протоколу обмена данными X.25 с использованием обычных телефонных сетей для передачи имейлов

Б) появление поискового механизма «Яндекса» и название сети – Рунет

В) запуск сети, которая функционировала на программном обеспечении, разработанном группой учёных из Института атомной энергии имени И. В. Курчатова для одного из первых интернет-провайдеров Relcom

Г) создание единой автоматизированной системы управления для Вооружённых сил

Правильный ответ: Г, А, В, Б

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

2. Установите правильную последовательность возникновения электронных СМИ в РФ:

А) региональные интернет-СМИ («Луганск.Медиа»)

Б) вышла первая российская электронная версия печатного издания – «Учительской газеты»

В) рост электронных деловых изданий («Взгляд», «Эксперт Online»)

Г) распространение в Сети электронной версии газеты «Известия» посредством электронной почты и почтового сервиса FTP (File transfer protocol – Протокол передачи файлов)

Правильный ответ: Г, Б, В, А

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

3. Установите последовательность этапов реализации социально-маркетинговой программы:

А) разработка плана маркетинга

Б) определение целевой аудитории

В) выбор средств коммуникации

Г) определение проблемы

Д) формулирование сообщения

Е) разработка системы контроля и оценки эффективности программы социального маркетинга

Правильный ответ: Г, Б, А, Д, В, Е

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

## **Задания открытого типа**

### **Задания открытого типа на дополнение**

*Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

1. \_\_\_\_\_ – это отрасль глобальной экономики, которая характеризуется широкомасштабным переходом на цифровые процессы сбора, производства, распространения, продвижения, потребления и хранения медиапродуктов.

Правильный ответ: медиаиндустрия

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

2. \_\_\_\_\_ – это формат пользовательского контента, характерный для видеоплатформ, где весь контент – видеоролики.

Правильный ответ: влог / влоги

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

3. \_\_\_\_\_ – это широкая область, связанная с передачей информации и коммуникацией с использованием различных медиаплатформ и средств.

Правильный ответ: медиакоммуникация

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

### **Задания открытого типа с кратким свободным ответом**

*Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

1. \_\_\_\_\_ – это человек, мнение которого является важным для большого числа людей, лидер мнений, формирующий общественное мнение и воздействующий на поведение целевой аудитории через социальные сети.

Правильный ответ: инфлюэнсер

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

2. Создателем «желтой» прессы является \_\_\_\_\_.

Правильный ответ: Пулитцер / Джозеф Пулитцер

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

3. \_\_\_\_\_ – это организация, занятая экономической деятельностью, связанной с производством и приобретением новостного и/или развлекательного контента, размещением его на информационных носителях и его прямой либо косвенной дистрибуцией.

Правильный ответ: медиапредприятие / медийное предприятие / медиаорганизация

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

### **Задания открытого типа с развернутым ответом**

1. Выполните задание.

Перечислите сегменты единой медиаиндустрии.

Время выполнения – 15 мин.

Критерии оценивания: правильный ответ должен включать минимум девять содержательных элементов из перечня:

К сегментам единой медиаиндустрии относятся:

- 1) пресса / печать
- 2) радио
- 3) телевидение
- 4) интернет-СМИ
- 5) информационные агентства
- 6) пресс-синдикаты
- 7) книгоиздательские компании
- 8) киностудии
- 9) радио- и телепроизводящие компании
- 10) музыкальные звукозаписывающие студии
- 11) предприятия рекламного бизнеса
- 12) структуры связей с общественностью
- 13) видеоигры / компьютерные игры / сегмент видеоигр
- 14) киберспорт
- 15) социальные сети
- 16) мессенджеры
- 17) видеосервисы
- 18) платформы

Компетенции (индикаторы): ОПК-5

2. Выполните задание.

Вставьте пропущенные слова в текст:

Закон РФ от 27.12.91 №2124-I

«О средствах массовой информации»

Статья 43. Право на опровержение

Гражданин или организация вправе потребовать от 1) \_\_\_\_\_ опровержения не соответствующих 2) \_\_\_\_\_ и порочащих их честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном средстве массовой информации. Такое 3) \_\_\_\_\_ имеют также законные 4) \_\_\_\_\_ гражданина, если сам гражданин не имеет возможности потребовать 5) \_\_\_\_\_. Если редакция средства массовой информации не располагает 6) \_\_\_\_\_ того, что распространенные им сведения соответствуют действительности, она обязана опровергнуть их в том же средстве массовой информации / СМИ.

Если гражданин или организация представили текст 7) \_\_\_\_\_, то распространению подлежит данный текст при условии его соответствия требованиям настоящего Закона. Редакция радио-, телепрограммы, обязанная распространить опровержение, может предоставить гражданину или



и услуг, креативная экономика фокусируется на создании уникальных предложений, которые можно монетизировать.

5) Кросс-функциональность. В медиаиндустрии происходит интеграция различных креативных дисциплин: дизайнерские, музыкальные, литературные, театральные и другие формы искусства. Это создает новые возможности для сотрудничества и обмена идеями.

6) Цифровизация и новые технологии. В последние годы медиаиндустрия активно использует новые технологии, такие как искусственный интеллект, виртуальная и дополненная реальность, что открывает дополнительные горизонты для креативности и инноваций.

7) Социальный и культурный подтекст. Медиа не только развлекает, но и формирует общественное мнение, культурные нормы и ценности. Это создает дополнительную степень ответственности и требует от создателей контента креативного подхода к важным социальным темам.

8) Использование интеллектуальной собственности. Создание добавленной стоимости и рабочих мест в креативных индустриях основывается на индивидуальном творчестве, талантах и навыках, а также на формировании и использовании интеллектуальной собственности.

9) Ориентация на удовлетворение нематериальных потребностей населения. Предприятия медиаиндустрии создают добавленную стоимость и рабочие места путём производства и распространения медиаконтента.

10) Создание ценности для свободного времени аудитории. Медиаиндустрия занимается производством контента, который обслуживает информационные и развлекательные запросы аудитории.

Таким образом, медиаиндустрия является важной частью креативной экономики, так как она объединяет творчество, технологии и экономическую активность.

Компетенции (индикаторы): ОПК-5



### Экспертное заключение

Представленный комплект оценочных материалов по дисциплине «Медиакоммуникации и тенденции развития медиаиндустрии» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые оценочные материалы адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

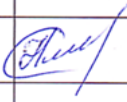
Разработанные и представленные для экспертизы оценочные материалы рекомендуются к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению подготовки.

Председатель учебно-методической комиссии  
института философии



С. А. Пидченко

### Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобренны изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)
1.	Дополнен комплектом оценочных материалов	протокол №8 от 11 марта 2025 г.	 С. С. Нередкова