

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Медиапланирование и медиапродюсирование»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один правильный ответ.

1. Какой медиаканал обычно имеет самый высокий показатель Reach?

- А) радио
- Б) наружная реклама
- В) телевидение
- Г) интернет-баннеры

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-4

2. Какой этап медиапроизводства включает в себя написание сценария, разработку концепции и кастинг актеров?

- А) постпродакшен
- Б) продакшен
- В) препродакшен
- Г) дистрибуция

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-4

3. Что такое GRP (Gross Rating Point) в медиапланировании?

- А) общее количество показов рекламы
- Б) сумма рейтингов всех размещений рекламной кампании
- В) стоимость тысячи контактов с целевой аудиторией
- Г) процент целевой аудитории, увидевшей рекламу хотя бы один раз

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-4

Задания закрытого типа на установление соответствия

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

1. Установите соответствие между типом целей медиапланирования и стратегиями для их достижения.

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1) Увеличение узнаваемости бренда | А) Контент-маркетинг и SEO |
| 2) Привлечение | Б) Реклама в социальных сетях и таргетинг |

- трафика на сайт
- 3) Генерация лидов В) Медийная реклама и PR
- 4) Увеличение продаж Г) Email-маркетинг и партнерские программы
- Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г
- Компетенции (индикаторы): ПК-4

2. Установите соответствие между элементами медиапланирования и их характеристикой.

- | Элемент медиапланирования | Характеристика |
|-----------------------------|---|
| 1) Целевая аудитория | А) Общий рейтинг рекламной кампании, суммарная аудитория, охваченная рекламой, выраженная в процентах |
| 2) Медиамикс | Б) Конкретный канал распространения рекламы (ТВ, радио, интернет и т.д.) |
| 3) Медианоситель | В) Группа людей, на которую направлена рекламная кампания, с учетом демографических, психографических и поведенческих характеристик |
| 4) GRP (Gross Rating Point) | Г) Сочетание различных медиаканалов, используемых для достижения целей рекламной кампании |

Правильный ответ: 1-В, 2-Г, 3-Б, 4-А

Компетенции (индикаторы): ПК-4

3. Установите соответствие между понятиями и содержанием.

- | Этап | Содержание этапа |
|-------------------|--|
| медиапроизводства | |
| 1) Препродакшен | А) Этап распространения готового медиапродукта среди целевой аудитории |
| 2) Продакшен | Б) Этап монтажа, цветокоррекции, добавления звука и спецэффектов |
| 3) Постпродакшен | В) Этап подготовки к съемкам: написание сценария, кастинг, выбор локаций, создание раскадровок |
| 4) Дистрибуция | Г) Этап непосредственной съемки, записи звука и других элементов медиапродукта |

Правильный ответ: 1-В, 2-Г, 3-Б, 4-А

Компетенции (индикаторы): ПК-4

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность. Запишите правильную последовательность букв слева направо.

1. Расположите в правильной последовательности этапы процесса планирования контента на медиапредприятии:

- А) утверждение контент-плана
- Б) анализ целевой аудитории и ее потребностей

В) оценка эффективности реализованного контент-плана и внесение корректировок

- Г) разработка контент-плана на основе анализа
- Д) реализация контент-плана

Правильный ответ: Б, Г, А, Д, В

Компетенции (индикаторы): ПК-4

2. Расположите в правильной последовательности этапы управления проектом по созданию нового медиапродукта:

- А) запуск и реализация проекта

- Б) определение целей и задач проекта

- В) мониторинг и контроль реализации проекта

- Г) завершение проекта и оценка результатов

- Д) планирование проекта (определение ресурсов, сроков, бюджета)

Правильный ответ: Б, Д, А, В, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-4

3. Расположите в правильной последовательности этапы процесса контроля качества контента на медиапредприятии:

А) анализ полученных данных и выработка рекомендаций по улучшению качества контента

Б) установление критериев качества контента (соответствие стандартам, требованиям аудитории, редакционной политике)

В) принятие мер по улучшению качества контента на основе рекомендаций

- Г) проверка контента на соответствие установленным критериям

Д) сбор и анализ данных о качестве контента (обратная связь от аудитории, мониторинг показателей)

Правильный ответ: Б, Г, Д, А, В

Компетенции (индикаторы): ПК-4

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

Напишите пропущенное слово.

1. Медиапланирование – это работа с _____ и системное управление рекламными кампаниями.

Правильный ответ: медиапланом

Компетенции (индикаторы): ПК-4

2. Медиапродюсирование – это комплексный _____, включающий в себя планирование, организацию, финансирование, производство и распространение медиаконтента.

Правильный ответ: процесс

Компетенции (индикаторы): ПК-4

3. Медиaproектирование является _____ этапом медиапродюсирования.

Правильный ответ: первым

Компетенции (индикаторы): ПК-4

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

Напишите пропущенное слово.

1. Медиапродюсер – это специалист, который занимается производством и управлением медиаконтентом в различных форматах, таких как _____, кино, радио, интернет и пресса.

Правильный ответ: телевидение

Компетенции (индикаторы): ПК-4

2. Медиасфера – это сфера, связанная с _____ и распространением информации, а также продвижением рекламы и развлекательного контента.

Правильный ответ: производством / созданием

Компетенции (индикаторы): ПК-4

3. Медиапроизводство – это процесс _____ и распространения контента с использованием информационных технологий.

Правильный ответ создания / производства

Компетенции (индикаторы): ПК-4

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Сравните и сопоставьте традиционные и цифровые медиаканалы с точки зрения медиапланирования.

Время выполнения – 30 мин.

Критерии оценивания:

Правильный ответ должен включать содержательные элементы «традиционные медиа больше подходят для охвата широкой аудитории», «цифровые медиа подходят для прямого / быстрого взаимодействия с аудиторией».

Ожидаемый результат:

С точки зрения медиапланирования есть некоторые различия между традиционными и цифровыми медиаканалами:

Традиционные медиа предоставляют эффективные способы охвата целевой аудитории. Эти средства играют важную роль в повышении узнаваемости бренда, увеличении продаж и влиянии на поведение потребителей через установленные и надёжные каналы. Информация, передаваемая с помощью традиционных медиа-инструментов, всегда находится под контролем, поэтому достоверность распространяемых сведений несколько выше.

Цифровые медиа позволяют в режиме реального времени вносить изменения. Этот вид рекламы также даёт возможность напрямую общаться с аудиторией, что может привести к повышению уровня вовлечённости и узнаваемости бренда. Однако в интернете увеличиваются шансы встретить недостоверную информацию, так как она не проходит строгого контроля.

Таким образом, традиционные медиа больше подходят для охвата широкой аудитории, а цифровые медиа – для прямого взаимодействия с аудиторией.

Компетенции (индикаторы): ПК-4

2. Опишите психологические особенности работы в команде при создании медиапроекта. Какие факторы могут способствовать успешной командной работе?

Время выполнения – 20 мин.

Критерии оценивания: правильный ответ должен включать минимум три содержательных элемента.

Ожидаемый результат:

Факторы, которые могут способствовать успешной командной работе:

- 1) эффективная коммуникация
- 2) мотивация
- 3) поддержка
- 4) доверие
- 5) уважение
- 6) распределение зон ответственности
- 7) чёткая постановка целей

Компетенции (индикаторы): ПК-4

3. Сделайте прогноз о будущем медиаиндустрии на ближайшие 10–15 лет. Какие новые технологии и тренды будут определять развитие медиа?

Время выполнения – 30 мин.

Критерий оценивания: правильный ответ должен включать минимум два содержательных элемента.

Ожидаемый результат:

По прогнозам, в ближайшие 10–15 лет медиаиндустрия будет развиваться под влиянием новых технологий и изменяющихся потребительских предпочтений. Новые тренды и технологии, которые будут определять развитие медиа видим такие:

- 1) Искусственный интеллект (ИИ). Нейросети будут активнее использовать для создания контента.
- 2) Виртуальная и дополненная реальность. AR-материалы будут постепенно шаблонизироваться. Появится большое количество форматов иммерсивной журналистики, где в роли корреспондента будет выступать сам зритель. AR и VR будут всё чаще интегрироваться с другими современными технологиями, такими как искусственный интеллект, интернет вещей и блокчейн, что расширит их возможности.
- 3) Социальные сети. Бренды будут использовать социальные сети для стимулирования прямых продаж и привлечения молодых поколений потребителей.
- 4) Компьютерные игры. Бренды будут рассматривать игры не как развлечение, а как важную платформу для взаимодействия.
- 5) Рост популярности аудиоконтента. Подкасты и аудиоконтент станут более популярными.

Компетенции (индикаторы): ПК-4

Экспертное заключение

Представленный комплект оценочных материалов по дисциплине «Медиапланирование и медиапродюсирование» 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 одобрены 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