

**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 медиапроизводства	Содержание этапа
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. Медиапроектирование 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. Медиа сфера – 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