

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Воронежский государственный университет»**

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом ФГБОУ ВО «ВГУ»

от 30.05.2025 г. протокол № 5

**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования
(реализуется в сетевой форме)**

42.04.05 Медиакоммуникации

Профиль подготовки: Массмедиа и контент-маркетинг

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: **магистр**

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2025

СОГЛАСОВАНО
Представитель работодателя:
Президент
НП «Гильдия аналитических журналистов»
Долженков А.В.



Воронеж 2025

Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 20__/20__ учебном году

ОПОП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__/20__ учебном году на заседании ученого совета университета __.__.20__ г. протокол № ____

Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 20__/20__ учебном году

ОПОП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__/20__ учебном году на заседании ученого совета университета __.__.20__ г. протокол № ____

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	4
1.1. Нормативные документы	4
1.2. Перечень сокращений, используемых в ОПОП	4
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника	4
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников	4
2.2. Перечень профессиональных стандартов	5
3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы	5
3.1. Профиль/специализация образовательной программы	5
3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы	5
3.3 Объем программы	5
3.4 Срок получения образования	5
3.5 Минимальный объем контактной работы по образовательной программе	5
3.6 Язык обучения	5
3.7 Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий	5
3.8. Реализация образовательной программы в сетевой форме	6
4. Планируемые результаты освоения ОПОП	6
4.1 Универсальные компетенции выпускников и результаты их достижения	6
4.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	7
4.3 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	9
5. Структура и содержание ОПОП	9
5.1. Структура и объем ОПОП	9
5.2 Календарный учебный график	10
5.3. Учебный план	10
5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей), практик	10
5.5. Государственная итоговая аттестация	11
6. Условия осуществления образовательной деятельности	11
6.1 Общесистемные требования	11
6.2 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы	11
6.3 Кадровые условия реализации программы	12
6.4 Финансовые условия реализации программы	12
6.5 Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся	13

1. Общие положения

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий (материально-техническое, учебно-методическое, кадровое и финансовое обеспечение), который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, оценочных и методических материалов, форм аттестации.

1.1. Нормативные документы

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» и уровню высшего образования Магистратура, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 531 (далее – ФГОС ВО).

1.2. Перечень сокращений, используемых в ОПОП

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

ФУМО – федеральное учебно-методическое объединение;

УК - универсальные компетенции;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ПК - профессиональные компетенции;

ПООП - примерная основная образовательная программа;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОТФ - обобщенная трудовая функция;

ТФ - трудовая функция;

ТД - трудовое действие;

ПС – профессиональный стандарт.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность, являются):

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации).

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность и в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

В рамках освоения программы выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующего типа:

- проектно-аналитический.

Основным объектом профессиональной деятельности выпускников является:
медиапроект и (или) медиапродукт.

2.2. Перечень профессиональных стандартов

Перечень используемых профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации и используемых при формировании ОПОП, приведен в Приложении 1.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника данной образовательной программы, представлен в Приложении 2.

3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы

3.1. Профиль/специализация образовательной программы

Профиль образовательной программы в рамках направления подготовки -- «Массмедиа и контент-маркетинг».

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: магистр.

3.3. Объем программы

Объем программы составляет 120 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, по индивидуальному учебному плану.

Объем программы, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з. е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з. е.

3.4. Срок получения образования:

в очной форме обучения составляет 2 года.

3.5. Минимальный объем контактной работы

Минимальный объем контактной работы по образовательной программе составляет 973 часов.

3.6. Язык обучения

Программа реализуется на русском языке.

3.7. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Реализация программы возможна с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета и с использованием массовых открытых онлайн курсов (МООК), размещенных на открытых образовательных платформах.

3.8. Реализация образовательной программы в сетевой форме

Программа реализуется на основе договора о сетевой форме реализации образовательной программы с Федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта».

4. Планируемые результаты освоения ОПОП

4.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В результате освоения программы у выпускника должны быть сформированы следующие **универсальные компетенции**

Таблица 4.1

Категория универсальных компетенций	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации УК-1.2 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая достоинства и недостатки
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.2 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО УК-2.3 Проектирует смету и бюджет проекта, оценивает эффективность результатов проекта УК-2.4 Составляет матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта УК-2.5 Использует гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Планирует организацию работы команды и руководство ею с учетом индивидуально-психологических особенностей каждого ее члена УК-3.2 Вырабатывает конструктивную командную стратегию для достижения поставленной цели
Коммуникация	УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального	УК-4.1 Выбирает на иностранном языке коммуникативно приемлемые стратегии академического и профессионального общения УК-4.2 Владеет культурой письменного и устного оформления профессионально ориентированного текста на государственном языке РФ УК-4.3 Демонстрирует способность

		взаимодействия	осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормами и стилями государственного (русского) языка РФ УК-4.4 Аргументированно и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ УК-4.5 Владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной иноязычной речи в ситуациях академического и профессионального общения УК-4.6 Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.)
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии. УК-5.2 Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп. УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды в процессе межкультурного взаимодействия
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровье-сбережение)	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Оценивает свои личностные ресурсы на основе самодиагностики и самооценки УК-6.2 Определяет и реализовывает приоритеты своей деятельности и способы ее совершенствования

4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В результате освоения программы у выпускника должны быть сформированы следующие **общепрофессиональные компетенции**:

Таблица 4.2

Категория компетенций	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение	ОПК-1.1 Планирует, организует и координирует все этапы производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм русского языка и особенностей иных знаковых систем ОПК-1.3 Управляет процессом подготовки

		норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм иностранного языка и особенностей иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ОПК-2.2 Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
Культура	ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Выявляет и оценивает тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса при создании медиапродуктов ОПК-3.2 Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах
Аудитория	ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2 Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты
Медиакоммуникационная система	ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2 Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.2 Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств в медиаотрасли
Общество и государство	ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Прогнозирует эффекты и возможные последствия профессиональной деятельности, демонстрирует знание концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2 Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и

			распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли
--	--	--	--

4.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В результате освоения программы у выпускника должны быть сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

Таблица 4.3

Тип задач профессиональной деятельности	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
Проектно-аналитический	ПК-1	Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакмпаний	ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов ПК-1.2 Определяет бюджеты медиапроектов и возможные источники их финансирования ПК-1.3 Формирует и планирует работу авторских коллективов медиапроектов ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов ПК-1.5 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов ПК-1.6 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере медиакоммуникаций учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений
	ПК-2	Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов	ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов ПК-2.2 Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов ПК-2.4 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии

5. Структура и содержание ОПОП

5.1. Структура и объем ОПОП

ОПОП включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную).

Образовательная программа включает следующие блоки:

Таблица 5.1

Структура программы	Объем программы и ее блоков, в з.е.
---------------------	-------------------------------------

Блок 1	Дисциплины (модули)	75 з. е.
Блок 2	Практика	39 з. е.
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6 з. е.
Объем программы		120 з. е.

Матрица соответствия компетенций, индикаторов их достижения и элементов ОПОП приведена в приложении 3.

В Блок 2 Практика включены следующие практики:

- производственная практика (профессионально-творческая);
- производственная практика (организационно-творческая);
- производственная практика (проектно-аналитическая);
- производственная практика (преддипломная).

Формы, способы и порядок проведения практик устанавливаются соответствующим Положением о порядке проведения практик.

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит:

– Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет 30% общего объема программы магистратуры, что соответствует п. 2.7 ФГОС ВО.

5.2. Календарный учебный график

Календарный учебный график определяет периоды теоретического обучения, практик, НИР, экзаменационных сессий, государственной итоговой аттестации, каникул и их чередования в течение периода обучения, а также сводные данные по бюджету времени (в неделях).

Календарный учебный график представлен в Приложении 4.

5.3. Учебный план

Документ, определяющий перечень дисциплин (модулей), практик, их объем (в зачетных единицах и академических часах), распределение по семестрам, по видам работ (лекции, практические, лабораторные, самостоятельная работа), наличие курсовых работ, проектов, форм промежуточной аттестации. Учебный план представлен в Приложении 5.

5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей), практик

В ОПОП имеются рабочие программы всех дисциплин (модулей), практик, как обязательной части учебного плана, так и части, формируемой участниками образовательных отношений, включая дисциплины по выбору обучающегося и факультативы. Для размещения на официальном сайте составляются аннотации рабочих программ дисциплин (модулей), практик в соответствии с Приложениями 7-8.

Рабочие программы размещены в ЭИОС ВГУ. Каждая рабочая программа содержит оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), практике.

ФОС по образовательной программе, включающий комплекс заданий различного типа, используемых при проведении оценочных процедур по отдельным дисциплинам (модулям), практикам (текущего контроля / промежуточной аттестации / государственной итоговой (итоговой) аттестации), направленный на оценивание достижения обучающимися результатов освоения ОПОП (сформированности компетенций) представлен в Приложении 9.

5.5 Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация (ГИА) проводится после освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы в полном объеме.

Порядок проведения, формы, содержание, оценочные материалы, критерии оценки и методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы регламентируется Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Воронежского государственного университета, утвержденным Ученым советом ВГУ и программой государственной итоговой аттестации по образовательной программе, утвержденной Ученым советом факультета журналистики. Программа ГИА размещена в ЭИОС ВГУ.

6. Условия осуществления образовательной деятельности

6.1. Общесистемные требования

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам для проведения всех видов аудиторных занятий, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к ЭИОС из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы;

доступ к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам):

– Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: <http://www.lib.vsu.ru/>;

– «Университетская библиотека online»;

– информационно-телекоммуникационная система «Контекстум» (Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»).

Для дисциплин, реализуемых с применением ЭО и ДОТ электронная информационно-образовательная среда Университета дополнительно обеспечивает:

– фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы;

– проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

– взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет» (в соответствии с разделом «Требования к условиям реализации программы» ФГОС ВО).

6.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы

6.2.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных данной программой, оснащены

оборудованием, техническими средствами обучения, программными продуктами, состав которых определяется в РПД, РПП. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

6.2.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

6.2.3. Используемые в образовательном процессе печатные издания представлены в библиотечном фонде Университета из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

6.2.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Перечень материально-технического оборудования и программного обеспечения, представлен в Приложении 6.

6.3. Кадровые условия реализации программы

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах.

91 процент численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы, и лиц, привлекаемых к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля), что соответствует п. 4.4.3 ФГОС ВО.

21 процент численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет), что соответствует п. 4.4.4 ФГОС ВО.

88 процентов численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Университета на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень и (или) ученое звание, что соответствует п. 4.4.5 ФГОС ВО.

6.4 Финансовые условия реализации программы

Финансовое обеспечение реализации программы осуществляется в объеме

не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования – программ магистратуры и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

6.5. Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе определяется в рамках системы внутренней оценки, а также внешней оценки качества образования.

В целях совершенствования программы при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе привлекаются работодатели и (или) их объединения, иные юридические и (или) физические лица, включая педагогических работников Университета.

Внутренняя оценка качества образовательной деятельности проводится в рамках текущей, промежуточной и государственной (итоговой) аттестаций.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Система внутренней оценки качества образования реализуется в соответствии с планом независимой оценки качества, утвержденным ученым советом факультета.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе проводится в рамках процедуры государственной аккредитации с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП.

Нормативно-методические документы и материалы, регламентирующие и обеспечивающие качество подготовки обучающихся:

- Положение о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета, утвержденное ученым советом ВГУ;
- Положение о проведении промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования, утвержденное решением Ученого совета ВГУ;
- Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Воронежского государственного университета, утвержденное Ученым советом ВГУ;
- Положение о независимой оценке качества образования в Воронежском государственном университете

Разработчики ОПОП:

Декан факультета

Руководитель (куратор) программы




В.В. Тулупов

И. А. Сухоруких

Программа рекомендована Ученым советом факультета журналистики от 22.05.2025 г. протокол № 5.

Приложение 1

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом направления 42.04.05 Медиакоммуникации, используемых при разработке образовательной программы «Массмедиа и контент-маркетинг»

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
06. Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.043	Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 № 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16.05.2019 регистрационный N 54635)
11. Средства массовой информации, издательство и полиграфия		
2.	11.006	Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014 г., регистрационный № 33899)

Приложение 2

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника
 Образовательная программа – Массмедиа и контент-маркетинг
 Уровень образования – магистратура
 Направление подготовки – 42.04.05 Медиакоммуникации

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции	
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код
06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»	К	Стратегическое планирование интернет-кампаний	7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/01.7
				Контроль реализации стратегии продвижения в информационно телекоммуникационной сети «Интернет»	К/05.7
				Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/06.7
11.006 «Редактор средств массовой информации»	В	Организация работы подразделения СМИ	7	Разработка концепции авторских проектов	В/01.7
				Планирование и координация деятельности подразделения	В/02.7
				Анализ результатов деятельности подразделения	В/03.7
				Установление и поддержание контактов с внешней средой	В/04.7

**Матрица соответствия компетенций, индикаторов их достижения и элементов ОПОП
направления 42.04.05 Медиакоммуникации, профиль «Массмедиа и контент-маркетинг»**

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5; УК-3.1; УК-3.2; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-6.1; УК-6.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-1.5; ПК-1.6; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4
Б1.О	Обязательная часть	УК-1.2; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2
Б1.О.01	Профессиональное общение на иностранном языке	УК-4.1; УК-4.5; ОПК-1.3
Б1.О.02	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	ОПК-1.1
Б1.О.03	Информационная безопасность в медиапроизводстве	ОПК-6.1; ОПК-6.2
Б1.О.04	Социология медиакоммуникации и медиапотребления	ОПК-4.1; ОПК-4.2
Б1.О.05	Традиции и национальные приоритеты культуры современной России	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2
Б1.О.06	Филологическое обеспечение профессиональной деятельности	УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.6; ОПК-1.2
Б1.О.07	Медиаобеспечение работы общественных и государственных институтов	ОПК-2.1; ОПК-2.2
Б1.О.08	Стратегии устойчивого развития компаний	ОПК-7.1; ОПК-7.2
Б1.О.09	Правовое и этическое регулирование медиасферы	ОПК-5.1; ОПК-5.2
Б1.О.10	Методология и методика медиаисследований	УК-1.2; УК-4.2; УК-4.6; ОПК-2.1; ОПК-4.1
Б1.О.11	Основы медиакоммуникаций	ОПК-5.2
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5; УК-3.1; УК-3.2; УК-6.1; УК-6.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-1.5; ПК-1.6; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4
Б1.В.01	Проектный менеджмент в медиасфере	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5; ПК-2.1; ПК-2.3
Б1.В.02	Теория и практика аргументации	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3
Б1.В.03	Медиапроекты в сфере культуры	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.2
Б1.В.04	Маркетинг в социальных медиа	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.2
Б1.В.05	Современные теории и технологии развития личности	УК-3.1; УК-3.2; УК-6.1; УК-6.2
Б1.В.06	Организационная культура медиакомпаний	ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2
Б1.В.07	Создание медиапродукта	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.2
Б1.В.08	Видеопродакшн для социальных медиа	ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.2

Б1.В.09	Презентация медиапродукта	ПК-1.5
Б1.В.10	Технология переговорного процесса	ПК-1.5; ПК-2.3
Б1.В.11	Сторителлинг и спичрайтинг	ПК-2.4
Б1.В.12	Бизнес-аналитика	ПК-1.1
Б1.В.13	Кризисные коммуникации	ПК-1.6
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	ПК-2.3
Б1.В.ДВ.01.01	Событийный маркетинг в медиасреде	ПК-2.3
Б1.В.ДВ.01.02	Имидж в медиасреде	ПК-2.3
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	ПК-2.1; ПК-2.3
Б1.В.ДВ.02.01	Визуализация в медиакоммуникации	ПК-2.1; ПК-2.3
Б1.В.ДВ.02.02	Аудиоформаты в медиапространстве	ПК-1.4; ПК-2.2
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	ПК-1.4; ПК-2.2
Б1.В.ДВ.03.01	Нейрогеймификация в медиасфере	ПК-1.4; ПК-2.2
Б1.В.ДВ.03.02	Тексты в медиакоммуникации	ПК-1.4; ПК-2.3
Б2	Практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-4.6; УК-5.1; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-1.5; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3
Б2.О	Обязательная часть	
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-4.6; УК-5.1; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-1.5; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3
Б2.В.01(П)	Производственная практика (профессионально-творческая)	ПК-1.2; ПК-1.5
Б2.В.02(П)	Производственная практика (организационно-творческая)	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3
Б2.В.03(П)	Производственная практика (проектно-аналитическая)	ПК-1.1; ПК-1.3; ПК-1.4
Б2.В.04(Пд)	Производственная практика (преддипломная)	УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-4.6; УК-5.1; ПК-1.1; ПК-2.1
Б3	Государственная итоговая аттестация	УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-4.6; ПК-1.1; ПК-2.1
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-4.6; ПК-1.1; ПК-2.1
ФТД	Факультативы	ПК-1.4; ПК-1.5; ПК-2.1
ФТД.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ПК-1.4; ПК-1.5; ПК-2.1
ФТД.В.01	Творческая лаборатория по рекламе	ПК-1.4; ПК-1.5
ФТД.В.02	Творческая лаборатория по СО	ПК-2.1

Календарный учебный график направления 42.04.05 Медиакоммуникации, профиль «Массмедиа и контент-маркетинг»

[illegible][illegible]

Сводные данные

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	
	Теоретическое обучение и практики	17 1/6	19	36 1/6	15 2/6		15 2/6	51 3/6
Э	Экзаменационные сессии	2	3 2/6	5 2/6	2		2	7 2/6
П	Производственная практика					12	12	12
Пд	Преддипломная практика					8	8	8
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					4	4	4
К	Продолжительность каникул	12 дн	57 дн	69 дн	13 дн	57 дн	70 дн	139 дн
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1 дн	4 дн	5 дн	1 дн	4 дн	5 дн	10 дн
Продолжительность		147 дн	218 дн	365 дн	135 дн	230 дн	365 дн	

Учебный план 1 курс

[illegible]

Учебный план 2 курс

№	Индекс	Наименование	Контроль	Семестр 3								Неделя	Контроль	Семестр 4								Неделя
				Академических часов						з.е.	Академических часов						з.е.					
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР		Конт роль			Всего	Кон такт.	Лек		Лаб	Пр	СР	Конт роль	
ИТОГО (с факультативами)				936							26	17 2/6		1296							36	24
ИТОГО по ОП (без факультативов)				864							24			1296							36	
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			54																		
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			54																		
	Аудиторная нагрузка			18																		
	Контактная работа			18																		
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				936	304	138		166	524	108	26	ТО: 15 1/3□ Э: 2									ТО: □ Э: □	
1	Б1.О.08	Стратегии устойчивого развития компаний	ЗаО	72	28	14		14	44		2											
2	Б1.В.01	Проектный менеджмент в медиасфере	Эк	108	28	14		14	44	36	3											
3	Б1.В.04	Маркетинг в социальных медиа	Эк	108	28	14		14	44	36	3											
4	Б1.В.06	Организационная культура медиакомпаний	ЗаО	72	28	14		14	44		2											
5	Б1.В.07	Создание медиапродукта	За	72	28	14		14	44		2											
6	Б1.В.09	Презентация медиапродукта	Эк	108	28	14		14	44	36	3											
7	Б1.В.10	Технология переговорного процесса	ЗаО	72	28	14		14	44		2											
8	Б1.В.13	Кризисные коммуникации	За	72	24	12		12	48		2											
9	Б1.В.ДВ.01.01	Событийный маркетинг в медиасреде	За	108	28	14		14	80		3											
10	Б1.В.ДВ.01.02	Имидж в медиасреде	За	108	28	14		14	80		3											
11	Б1.В.ДВ.03.01	Нейрогеймификация в медиасфере	За	72	28	14		14	44		2											
12	Б1.В.ДВ.03.02	Тексты в медиакommunikации	За	72	28	14		14	44		2											
13	ФТД.В.02	Творческая лаборатория по СО	За	72	28			28	44		2											
ПРАКТИКИ		(План)											1080	12			12	1068		30	20	
	Б2.В.02(П)	Производственная практика (организационно-творческая)										ЗаО	324	3			3	321		9	6	
	Б2.В.03(П)	Производственная практика (проектно-аналитическая)										За	324	3			3	321		9	6	
	Б2.В.04(Пд)	Производственная практика (преддипломная)										ЗаО	432	6			6	426		12	8	
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)											216					207	9	6	4	
	Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы										Эк	216					207	9	6	4	

Материально-техническое обеспечение основной образовательной программы
высшего образования – программы магистратуры
42.04.05 Медиакоммуникации программа «Массмедиа и контент-маркетинг»

N п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	Разработка и реализация коммуникационной стратегии Информационная безопасность в медиапроизводстве Социология медиакоммуникации и медиапотребления Традиции и национальные приоритеты культуры современной России Филологическое обеспечение профессиональной деятельности Медиаобеспечение работы общественных и государственных институтов Стратегии устойчивого развития компаний Правовое и этическое регулирование медиасферы Методология и методика медиаисследований Основы медиакоммуникаций Тексты в медиакоммуникации Теория и практика аргументации Проектный менеджмент в медиасфере Медиапроекты в сфере культуры Современные теории и технологии развития личности Маркетинг в социальных медиа Организационная культура медиакомпаний Создание медиапродукта Имидж в медиасреде Презентация медиапродукта Технология переговорного процесса	Учебная аудитория лекционного типа: Специализированная мебель, мультимедиа- проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Intel/4Gb/HDD 500Gb), акустическая система BEHRINGER B115D WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 110
		Учебная аудитория лекционного типа: Специализированная мебель, мультимедиа- проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 111
		Учебная аудитория лекционного типа: Специализированная мебель, проектор View Sonic, ПК(i5/4Gb/HDD 1Tb), экран настенный с электроприводом, акустическая система BEHRINGER B115D, , микшер UB 1204 FX, микрофон B-1, камера для телеконференций Logitech WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 130

	Видеопродакшн для социальных медиа Событийный маркетинг в медиасреде Аудиоформаты в медиaprостранстве Визуализация в медиакоммуникации Нейрогеймификация в медиасфере	Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	
		Учебная аудитория лекционного типа: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 202
		Учебная аудитория лекционного типа: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный с электроприводом CS; ПК (intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 205
2	Профессиональное общение на иностранном языке Разработка и реализация коммуникационной стратегии Информационная безопасность в медиапроизводстве Социология медиакоммуникации и медиапотребления Традиции и национальные приоритеты культуры современной России Филологическое обеспечение профессиональной деятельности Стратегии устойчивого развития компаний Правовое и этическое регулирование медиасферы Методология и методика медиаисследований Основы медиакоммуникаций Тексты в медиакоммуникации Теория и практика аргументации Проектный менеджмент в медиасфере Медиапроекты в сфере культуры Современные теории и технологии развития личности Маркетинг в социальных медиа Организационная культура медиакомпаний Создание медиапродукта	Учебная аудитория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 128
		Учебная аудитория: Специализированная мебель, ПК (Intel/4Gb/HDD 500Gb) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 224
		Учебная аудитория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier, Микшерный пульт Yamaha Mxu2030 WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 131

	Имидж в медиасреде Презентация медиапродукта Технология переговорного процесса Видеопродакшн для социальных медиа Событийный маркетинг в медиасреде Аудиоформаты в медиaprостранстве Визуализация в медиакommunikации Нейрогеймификация в медиасфере Творческая лаборатория по рекламе Творческая лаборатория по СО	управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление) Учебная аудитория: Специализированная мебель	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 117, 129, 221, 222, 206
3	Сторителлинг и спичрайтинг Бизнес-аналитика Кризисные коммуникации	Учебная аудитория: Специализированная мебель, телевизор, ноутбук, мобильный компьютерный класс, мультимедийный проектор в комплекте с портативным персональным компьютером и экраном для демонстрации электронных наглядных пособий, комплект программного обеспечения «Microsoft Office», информационные справочные системы «ГАРАНТ», «Консультант Плюс»	г. Калининград, ул. А. Невского, д. 14, учебный корпус
4	Видеопродакшн для социальных медиа	Телестудия: малогабаритный многокамерный телевизионный комплекс (ММТК) (1комплект), видеокамера (2шт.), рекордер DVCAM Sony DSR-25, микшерный пульт, видеомикшер Panasonic WG-AVE-55, видеорекордер Pioneer DVR-LX 61 (2шт.), видеоманитофоны Panasonic AG-4700 (2шт.), радиомикрофоны (5 шт.), видеомонтажная станция на базе ПК (7 шт.), персональные компьютеры (4 шт.), принтер Epson Photo T50, МФУ Win10 pro, OfficeSTD, Adobe CreativeCloud (3шт) (контракт 3010-07/65-20 от 19.10.20), OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 210
5	Аудиоформаты в медиaprостранстве	Радиостудия: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; ПК (Intel/4Gb/HDD 500Gb (12 шт.) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление), СПС «ГАРАНТ-Образование»	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 112
6	Информационная безопасность в медиапроизводстве Традиции и национальные	Мультимедийная лаборатория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК с возможностью	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 212

	приоритеты культуры современной России Маркетинг в социальных медиа Создание медиапродукта Бизнес-аналитика Кризисные коммуникации Презентация медиапродукта Визуализация в медиакоммуникации Сторителлинг и спичрайтинг Нейрогеймификация в медиасфере Творческая лаборатория по рекламе Творческая лаборатория по СО	подключения к сети "Интернет" (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.), экран настенный CS 244*244 WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	
		Компьютерный класс, помещение для самостоятельной работы: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК с возможностью подключения к сети "Интернет" (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление), СПС «ГАРАНТ-Образование», неисключительные права на программы для ЭВМ Creative Cloud for teams All Apps ALL Multiple (только 2019 год)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 115
		Компьютерный класс, помещение для самостоятельной работы: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК с возможностью подключения к сети "Интернет" (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.), экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 126
		Компьютерный класс, помещение для самостоятельной работы: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Intel/16Gb/HDD 1Tb) (10 шт), Тв 55" Haier WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 118
7	ГИА	Учебная аудитория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier, Микшерный пульт	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 119

		Yamaha Mxu2030 WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	
--	--	---	--

Приложение 7

Аннотация рабочих программ дисциплин (модулей)

Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия:

- УК-4.1 - Выбирает на иностранном языке коммуникативно приемлемые стратегии академического и профессионального общения;
- УК-4.5 - Владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной иноязычной речи в ситуациях академического и профессионального общения;

ОПК-1 – Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем:

- ОПК-1.3 - Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм иностранного языка и особенностей иных знаковых систем.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является формирование иноязычной профессионально-ориентированной коммуникативной компетенции студентов, позволяющей им интегрироваться в международную профессиональную среду и использовать профессиональный иностранный язык как средство межкультурного академического и профессионального общения.

Задачи учебной дисциплины:

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого в бакалавриате;
- овладение обучающимися иноязычной коммуникативной компетенцией (ИКК) на уровне, достаточном для решения коммуникативных задач в учебно-познавательной сфере общения, а также для обеспечения основ научного общения и использования иностранного языка для самообразования в выбранном направлении.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.О.02 Разработка и реализация коммуникационной стратегии

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-1 – Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать

изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем:

- ОПК-1.1 - Планирует, организует и координирует все этапы производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в организациях, освоением и применением различных технологий с учетом сфер деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление о понятиях «бизнес-цели», «маркетинговые цели», «медийные цели» компании;
- научиться определять стратегию информационной политики компании в зависимости от сферы деятельности, масштаба компании, её целей и задач;
- освоить технологии проведения коммуникационного аудита, конкурентного анализа, формирования креативной и медийной стратегии.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.03 Информационная безопасность в медиапроизводстве

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии:

- ОПК-6.1 - Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;
- ОПК-6.2 - Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств в медиаотрасли.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование знаний и умений в сфере обеспечения информационной безопасности в медиапроизводстве.

Задачи учебной дисциплины:

- изучение основных угроз информационной безопасности в медиапроизводстве, их носителей и методов защиты от них;
- формирование системных представлений об аудите и политике информационной безопасности в медиапроизводстве;
- освоение методик проведения аудита информационной безопасности и создания политики информационной безопасности в медиапроизводстве;

– изучение программных продуктов для обеспечения информационной безопасности в медиапроизводстве.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.04 Социология медиакommunikации и медиапотребления

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты:

- ОПК-4.1 - Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп;
- ОПК-4.2 - Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части рабочего учебного плана подготовки магистров блока Б1 по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов знаний и умений социологического анализа медиакоммуникации и медиапотребления, как целостной системы, так и отдельных звеньев этой системы, выработка навыков интерпретации результатов социологических исследований в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты.

Задачи учебной дисциплины:

- выработать у студентов понимание сущности общества потребления социальных институтов и сфер потребления информации;
- сформировать знания о методологических подходах к изучению поведения потребителей информации, товаров и услуг, умений их использования в аналитической работе, консультировании и экспертизе;
- выработать у студентов умения и навыки применения количественных и качественных методов исследования информационных потребностей и предпочтений аудитории СМИ, рекламы и связей с общественностью и восприятия сообщений для прогнозирования реакций аудиторий и интерпретации данных;
- выработать умения и навыки применения контент-анализа для исследования потребностей, интересов и ценностей общества и целевых аудиторий, и интерпретации данных.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия:

- УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии;

- УК-5.2 Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;
- УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды в процессе межкультурного взаимодействия;

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов:

- ОПК-3.1 Выявляет и оценивает тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса при создании медиапродуктов;
- ОПК-3.2 Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов систематизированных научных представлений и компетенций, позволяющих правильно понимать характер современных культурных процессов в обществе, анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, соотносить полученные знания со своей профессиональной деятельностью.

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение студентами системы знаний о важнейших этнических, конфессиональных, ценностных, идеологических процессах современного общества;
- ознакомление будущих специалистов с актуальными методиками изучения и описания современных процессов межкультурного взаимодействия, анализа и оценки цифровой культуры, культурной политики и креативных индустрий;
- формирование умений и навыков мониторинга социокультурных процессов в обществе, особенностей региональной культурной среды.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности

Общая трудоемкость дисциплины: 6 з. е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия:

- УК-4.2 - Владеет культурой письменного и устного оформления профессионально ориентированного текста на государственном языке РФ;
- УК-4.3 - Демонстрирует способность осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормами и стилями государственного (русского) языка РФ;
- УК-4.4 -- Аргументировано и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ

- УК-4.6 - Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.);

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем:

- ОПК-1.2 - Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм русского языка и особенностей иных знаковых систем

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: создание у обучающихся целостного, всестороннего и глубокого представления о происхождении, устройстве и функционировании современного русского языка и формирование на этой основе грамотной языковой личности магистра, способного стилистически правильно выражать свои мысли, активно пользоваться всеми возможностями русского языка при подготовке материала в различных формах и жанрах массмедиа.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование специалиста, знающего основные правила и приемы литературного редактирования; умеющего подготовить текст к публикации; владеющего коммуникативными технологиями для академического и профессионального взаимодействия.

- изучить основные вопросы о языке, его функциях, уровнях и формах существования; о проблемах языка и мышления, языка и речи; о генеалогическом древе языков мира и славянских языков; о законах развития языка и активных процессах, происходящих в языковой системе: лексике, фразеологии, словообразовании, морфологии и синтаксисе; о вариативности нормы на разных уровнях и речевых и стилистических ошибках;

- иметь представление о трансформации отношений между различными формами существования русского национального языка на современном этапе его развития; о типах речевой культуры;

- изучить взаимодействие и взаимовлияние современного орфоэпического медиастандарта и литературной нормы; орфоэпический минимум и изменения в современном русском произношении и ударении;

- овладеть интегративными умениями в результате использования коммуникативных технологий для участия в устном профессиональном и академическом дискурсе; повысить уровень информационной культуры;

- изучить нормативную лингвистическую базу для литературного редактирования текстов разных стилей;

- получить умения и навыки, связанные с подготовкой редактируемого текста к печати на основе его анализа, оценки и улучшения в соответствии с целями коммуникации, замыслом автора, восприятием читателя, с учетом современной лингвоэкологической ситуации, а также с учетом действующих в сфере массмедиа лингвоправовых и лингвоэтических норм.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.07 Медиаобеспечение работы общественных и государственных институтов

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах:

- ОПК-2.1 - Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов;
- ОПК-2.2 - Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: ознакомление студентов с технологиями медиарилейшнз, применяемых в практике СО, в деятельности общественных и государственных институтов.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство с методами анализа и проектирования коммуникативной среды компании;
- осваивание студентами форм и практических приемов взаимодействия со СМИ, применяемых в деятельности СО-специалиста;
- овладение навыками использования методов информационной работы компаний со средствами массовой информации и общественностью;
- изучение принципов планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.О.08 Стратегии устойчивого развития компаний

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з. е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности:

- ОПК-7.1 - Прогнозирует эффекты и возможные последствия профессиональной деятельности, демонстрирует знание концепции ее социальной ответственности;
- ОПК-7.2 - Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование знаний и умений, связанных с коммуникационным обеспечением экологической, социальной и управленческой стратегии развития компаний.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление о понятиях «устойчивое развитие компании», «ESG-принципы деятельности»;
- научиться определять основных стейкхолдеров компании;
- освоить технологии создания и обеспечения коммуникации в рамках реализации стратегии устойчивого развития компаний.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.О.09 Правовое и этическое регулирование медиасферы

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования:

- ОПК-5.1 - Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- ОПК-5.2 - Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов знаний о концепциях, методах и формах регулирования маркетинговой деятельности как неотъемлемой составляющей регулирования конкурентных отношений и защиты экономических прав агентов рынка.

Задачи учебной дисциплины:

- обобщить концептуальные теоретические подходы к регулированию маркетинговой деятельности как составляющей регулирования экономики в целом;
- охарактеризовать взаимосвязи и взаимозависимость саморегулирования и государственного регулирования маркетинговой деятельности;
- уточнить взаимосвязи регулирования маркетинговой деятельности, конкурентных отношений и защиты прав потребителей;
- проанализировать опыт саморегулирования и государственного регулирования маркетинговой деятельности за рубежом, взаимосвязи этих двух подходов на основе международного опыта;
- установить принципы корректного соотношения методов государственного и саморегулирования маркетинговой деятельности на современном этапе;
- на основе комплексного подхода исследовать взаимосвязь между регулированием маркетинговой деятельности, антимонопольной, конкурентной политикой государства и защитой экономических прав потребителей;

– провести практический анализ положений, регулирующих маркетинговую деятельность в регионе и в России в целом, их влияние на конкурентные отношения и защиту прав потребителей.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий:

- УК-1.2 - Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников;

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия:

- УК-4.2 - Владеет культурой письменного и устного оформления профессионально ориентированного текста на государственном языке РФ;
- УК-4.6 - Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.);

ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах:

- ОПК-2.1 - Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов;

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты:

- ОПК-4.1 - Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: теоретическое и практическое овладение современной методологией исследования функционирования средств массовой информации и представление для коллективного обсуждения магистрантами проанализированного эмпирического материала или результатов исследования для выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Задачи учебной дисциплины:

- развитие научного сознания и мышления будущих медиаспециалистов;
- знакомство студентов с методологией научного познания;
- изучение сопряженности методологии научных исследований в области гуманитарных наук с современными отраслями междисциплинарных исследований, открывающих общие и частные закономерности функционирования средств массовой коммуникации и массовой информации;

– постижение конкретно-исторического развития научной мысли, формирование научных парадигм, сформировавших важнейшие отрасли современной науки, в том числе, гуманитарной;

– понимание специфики научного подхода к изучению различных сфер деятельности средств массовой коммуникации и массовой информации, выбора методики исследования функций, предмета, методов формирования содержания массовых информационных потоков для научных исследований и повседневной работы журналиста;

– выработка навыка определения параметров содержания медиатекстов для использования их в научных исследованиях и профессиональной деятельности;

– выработка навыка самостоятельного научного исследования и популяризации научного знания;

– закрепление представлений о легитимности и корректности использования информационных ресурсов в научной и творческой деятельности;

– формирование умения готовить и презентовать результаты научно-исследовательской работы;

– формирование умения обсуждать результаты научно-исследовательской работы однокурсников;

– приобретение студентами опыта рефлексивного отношения к своему труду;

– актуализация у студентов готовности и потребности в непрерывном самообразовании, профессиональном самосовершенствовании и личностном развитии.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой, экзамен.

Б1.О.11 Основы медиакоммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования:

- ОПК-5.2 - Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: освоение понятия медиакоммуникации; овладение принципами построения эффективной медиакоммуникации.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с основными понятиями и терминами;
- познакомить студентов с основными вехами развития медиакоммуникации в социуме;
- дать представления о составляющих процесса медиакоммуникации.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла:

- УК-2.1 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений;
- УК-2.2 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО;
- УК-2.3 Проектирует смету и бюджет проекта, оценивает эффективность результатов проекта;
- УК-2.4 Составляет матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта;
- УК-2.5 Использует гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами;

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов;
- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование компетенций по разработке и продвижению коммуникационных проектов в медиасфере.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство студентов с основными профессиональными терминами в области проектного менеджмента,
- формирование целостного представления о проектном менеджменте в медиасфере,
- знакомство с функциональными обязанностями менеджера по проектам.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.02 Теория и практика аргументации

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий:

- УК-1.1 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации;
- УК-1.2 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников;
- УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая достоинства и недостатки.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: знакомство обучающихся с основными принципами и нормами аргументационного анализа речи, формирования у них сознательного и ответственного отношения к речи, умений грамотно вести дискуссию, распознавать уловки недобросовестных ораторов, строить свою речь аргументировано и ясно.

Задачи учебной дисциплины:

- дать обучающимся знания о современной теории аргументации;
- познакомить их с основными концепциями аргументации, логическими основами аргументации, основами прагматики, теоретическими положениями о коммуникативной природе аргументативного дискурса и аргументативной природе речи, связи аргументации с логикой и риторикой;
- освоение основных приемов и правил анализа аргументативного дискурса, ведения дискуссии и подготовки аргументативных текстов.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов;
- ПК-1.2 Определяет бюджеты медиапроектов и возможные источники их финансирования;
- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов;

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов.

- ПК-2.2 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: изучение роли рекламной и СО-деятельности в формировании системы социокультурных связей, а также формирование способности создавать медиапроекты для продвижения учреждений сферы культуры и их услуг.

Задачи учебной дисциплины:

- изучение различных видов рекламных и PR-технологий, используемых в продвижении учреждения культуры;
- раскрытие сущности общих и отличительных черт традиционных и новых технологий рекламной и PR-коммуникации;
- развитие творческой активности студентов, коммуникативных навыков и профессиональной компетентности при создании медиапроектов;

– воспитание исследовательского и критического мышления, построение и последовательная реализация индивидуальной траектории профессионального саморазвития.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.3 Формирует и планирует работу авторских коллективов медиапроектов;
- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.2 - Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у слушателей комплекса компетенций по использованию инструментов маркетинга в социальных медиа.

Задачи учебной дисциплины:

- обеспечить слушателей знаниями формирования коммуникационной стратегии в социальных сетях и мессенджерах,
- сформировать навыки ведения и продвижения аккаунтов и групп, формирования активного комьюнити в социальных сетях;
- познакомить с многообразием коммуникационных профессий в социальных медиа.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели:

- УК-3.1 Планирует организацию работы команды и руководство ею с учетом индивидуально-психологических особенностей каждого ее члена;
- УК-3.2 Вырабатывает конструктивную командную стратегию для достижения поставленной цели.

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки:

- УК-6.1 - Оценивает свои личностные ресурсы на основе самодиагностики и самооценки;
- УК-6.2 - Определяет и реализовывает приоритеты своей деятельности и способы ее совершенствования.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у магистрантов систематизированных научных представлений, практических умений и компетенций в области современных теорий личности и технологий ее развития.

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение магистрантами системы знаний об современных теориях личности и технологиях ее развития как области психологической науки, о прикладном характере этих знаний в области их будущей профессиональной деятельности;
- формирование у студентов умений, навыков и компетенций, направленных на развитие и саморазвитие личности профессионала;
- укрепление у обучающихся интереса к глубокому и детальному изучению современных теорий личности и технологий ее развития, практическому применению полученных знаний, умений и навыков в целях собственного развития, профессиональной самореализации и самосовершенствования.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.3 Формирует и планирует работу авторских коллективов медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.1 - Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов;
- ПК-2.2 - Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является: предоставление целостного представления об основных социально-психологических закономерностях возникновения и функционирования социальных групп, групповых процессах, определяющих эффективность деятельности организации на примере медиакомпаний.

Задачи учебной дисциплины:

- овладение современными представлениями о внутренних связях и отношениях в организациях;
- изучение современных концепций, типологий организаций;
- формирование системного представления о видах и способах организации внутрикорпоративной коммуникации;
- изучение возможных способов использования инструментов внутрикорпоративных СО в деле укрепления имиджа организации, повышения ее цельности;
- прояснение значения внутрикорпоративных отношений для связей с общественностью.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.В.07 Создание медиапродукта

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.1 - Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов;
- ПК-1.2 - Определяет бюджеты медиапроектов и возможные источники их финансирования;
- ПК-1.3 - Формирует и планирует работу авторских коллективов медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.2 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции и содержания медиапродукта, его воплощения, а также экспертной оценки.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с основными видами медиапродуктов;
- научить формировать общую концепцию медиапроектов, определять ключевые проблемы и профили целевых аудиторий;
- научить верно определять ключевые послания медиапродуктов;
- знать специфику оформления, презентации медиапроектов и представления их для потенциальных инвесторов и на профессиональных конкурсах.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.08 Видеопродакшн для социальных медиа

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.2 - Определяет бюджеты медиапроектов и возможные источники их финансирования;
- ПК-1.4 - Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов

- ПК-2.2 Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование способностей разрабатывать концепцию создания новых медиапродуктов в аудиовизуальном формате для различных социальных медиа и реализовывать ее в пилотном творческом проекте.

Задачи учебной дисциплины:

- освоение принципов разработки новых пилотных видеопроектов для различных сетевых платформ с учетом особенностей информационного поведения аудитории и возможностей их продвижения;
- формирование умения руководить процессом создания творческого пилотного видеопроекта для конкретной платформы;
- закрепление владения навыком выбора площадки для размещения творческого видеопроекта, а также эффективной стратегии его продвижения.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.09 Презентация медиапродукта

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.5 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: освоение навыка разработки стратегии медиапроектов в соответствии с брифом заказчика.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство с понятием брифа (технического задания) и его основных компонентов;

- освоение студентами форм и практических приемов адаптации брифа к проектной деятельности в сфере коммуникации;
- формирование представления о понятиях бизнес-, маркетинговой, коммуникационной и медиастратегии;
- овладение навыками презентационной работы над отдельными этапами медиапроекта.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.10 Технология переговорного процесса

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.5 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: ознакомить студентов с особенностями делового общения в современных условиях и спецификой организации эффективного переговорного процесса, сформировать навыки ведения эффективных переговоров.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с основными видами споров;
- познакомить с основными условиями эффективного спора;
- ознакомить с правилами и приемами проведения переговоров в той или иной ситуации;
- дать сведения об основных способах воздействия на оппонента в различных коммуникативных ситуациях.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.В.11 Сторителлинг и спичрайтинг

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.4 интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: представить обучающимся вопросы теории современного сторителлинга и спичрайтинга, сформировать умения и навыки практической работы с рекламными, PR-текстами, текстами деловой коммуникации (навыки анализа информации и подготовки собственных текстов), создания рекламных историй.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомиться с эффективными практиками сторителлинга в журналистике в современных мировых и российских СМИ;
- овладеть общими и специальными принципами сторителлинга и спичрайтинга;
- научиться создавать мультимедийные публикации в различных форматах сторителлинга.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.12 Бизнес-аналитика

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: изучение методов количественного выражения взаимосвязей экономических процессов и явлений; освоение методов анализа информации и прогнозирования развития социально-экономических процессов.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомиться с методами обработки, анализа и систематизации нечисловых, интервальных, панельных данных, временных рядов;
- овладеть методами количественного выражения взаимосвязей экономических процессов и явлений;
- научиться строить модели временных рядов, модели панельных данных социально-экономических процессов и оценивать их адекватность.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.13 Кризисные коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.6 осуществляет профессиональную деятельность в сфере медиакommunikаций учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование основ знаний о значении кризисных коммуникации в медиакommunikациях, их взаимосвязь с экономическими и организационными процессами, получение комплексной системы знаний о теории и практике управления кризисами, актуальных проблемах и путях их разрешения.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование у студентов системы знаний о кризисных коммуникациях;
- овладение методикой диагностики кризисного состояния организации;
- формирование навыков разработки стратегии и тактики антикризисного управления организацией.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.01.01 Событийный маркетинг в медиасреде

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части блока Б1, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у слушателей комплексного представления о событиях как одном из ключевых инструментов успешной коммуникационной стратегии.

Задачи учебной дисциплины:

- дать студентам понятие событийного маркетинга как одной из составляющих интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- привить навыки планирования и реализации Event (события);
- научить анализу и оценке эффективности Event (события).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.01.02 Имидж в медиасреде

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части блока Б1, формируемой участниками образовательного процесса, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: дать представление о специфике создания имиджа публичной персоны, организации, органа государственной власти и иного актора за счет медиарилейшнз и паблисити, с одной стороны, и медийного (в том числе конфликтогенного) дискурса, с другой.

Задачи учебной дисциплины:

- выявить различные точки зрения на имидж (разнообразных субъектов ПР-деятельности). Выявить задачи, медийные и немедийные средства имиджмейкинга в различных сферах.

- сформировать навыки коррекции имиджа за счет СМИ.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.02.01 Визуализация в медиакоммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов;
- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: подготовка специалистов, владеющих навыками визуализации медиапроектов.

Задачи учебной дисциплины:

- освоение теоретических знаний и практических навыков в области создания реалистических изображений статического и динамического характера для иллюстрации рекламных и СО- проектов;

- овладение принципами и техниками использования средств цифровых мультимедийных технологий и мультимедиа приложений.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.02.02 Аудиоформаты в медиaprостранстве

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.4 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.2 Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: развитие авторского подхода к созданию разного типа медиапродуктов.

Задачи учебной дисциплины:

- получение навыков в анализе изобразительно-выразительных средств разных типов медиа;

- владение технологиями создания медиапродуктов (от сценария до монтажа).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.03.01 Нейрогеймификация в медиасфере

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.2 Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: создание у обучающихся целостного представления о целях, видах и технологиях нейрогеймификации в медиасфере; формирование на этой основе навыков проектирования креативного геймифицированного продукта с использованием инструментов искусственного интеллекта (ИИ).

Задачи учебной дисциплины:

- овладение обучающимися базовой терминологией в области геймификации и применения инструментов искусственного интеллекта в медиасфере;

- рассмотрение философского и психологического подходов к категории игры (классические и современные концепции);

- формирование представления о ключевых коммуникационных трендах и основных направлениях академической дискуссии в гуманитарной науке по ним;
- определение перспектив коллаборации геймификации с ключевыми коммуникационными трендами;
- знакомство с потенциалом нейросетей в решении коммуникационных задач;
- развитие компетенций в области взаимодействия с искусственным интеллектом и навыков разработки креативного продукта с применением ИИ-инструментов (нейросетей).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.03.02 Тексты в медиакоммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.3 Определяет потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции и содержания медиакоммуникационных сообщений и их воплощения, а также экспертной оценки.

Задачи учебной дисциплины:

- Сформировать представление о структуре медиакоммуникационного текста и его признаках;
- Систематизировать представление о жанровой структуре медиакоммуникационных текстов;
- выработать навыки анализа и конструирования медиакоммуникационных текстов различных типов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

ФТД.В.01 Творческая лаборатория по рекламе

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов.

- ПК-1.5 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б3 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- ознакомить студентов с практическими знаниями в области творчества, с творческой деятельностью и креативностью.

Задачи учебной дисциплины:

- научить студентов навыкам создания рекламных сообщений, используя знания в области творчества и креативных коммуникаций.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

ФТД.В.02 Творческая лаборатория по СО

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б3 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: обучение основным понятиям курса, формирование целостного представления у студентов об основных жанровых разновидностях PR-текстов (письменных и устных), а также использование полученных знаний для создания собственных текстов.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомление студентов с основными понятиями жанровой типологии PR-текстов;
- формирование представления о многообразии PR-текстов, правилах их оформления и способах рассылки;
- создание собственных PR-текстов в рамках изучаемых тем.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотации программы учебной и производственной практик

Б2.В.01(П) Производственная практика (профессионально-творческая)

Общая трудоемкость практики 9 з. е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний (ПК-1.2, ПК-1.5):

- ПК-1.2 – Определяет бюджеты медиапроектов и возможные источники их финансирования;
- ПК-1.5 – Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов.

Место практики в структуре ОПОП: Практика относится к вариативной части дисциплин блока Б2, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации программа «Массмедиа и контент-маркетинг».

Целью производственной профессионально-творческой практики является реализация в практике теоретических знаний об особенностях профессиональной авторской деятельности: приобретение обучающимися соответствующих профессиональных умений, навыков и компетенций авторской деятельности в массмедиа.

Задачи практики:

- приобретение и совершенствование умений и навыков в поиске и выборе тем и проблем, соответствующих выполнению медиакоммуникационных задач и целей контент-маркетинга;
- овладение умениями и навыками получения информации методом интервью экспертов, а также анализа, отбора и систематизации полученных сведений для создания и продвижения медиапродукта;
- получение умений и навыков в работе с различными источниками медийной информации и соответственно в анализе, проверке, обработке и систематизации собранной информации;
- овладение умениями и навыками проверки достоверности полученных сведений;
- осваивание умений и навыков по разграничению и систематизации фактов и мнений;
- выработка умений применять профессиональные этические нормы на всех этапах профессиональной деятельности;
- овладение умениями и навыками в создании медиатекстов и медиапродукта (умение анализировать ситуацию, выявлять положительные и отрицательные тенденции; творчески подходить к постановке проблемы, использовать креативные ресурсы медиакоммуникации и т. д.);
- овладение умениями и навыками в подготовке медиапродукта с учетом требований (нормы, стандарты, форматы, стили, технологические особенности), принятых в конкретном медиа.

Тип практики (ее наименование): производственная практика, профессионально-творческая.

Способ проведения практики: стационарная и выездная.

Форма проведения практики: реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

Разделы (этапы) практики:

1. Подготовительный (организационно-творческий)
2. Основной (производственно-творческий)
3. Заключительный (информационно-аналитический)

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Б2.В.02(П) Производственная практика (организационно-творческая)

Общая трудоемкость практики 9 з. е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов (ПК-2.1-2.3):

- ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов;
- ПК-2.2 Формирует организационную структуру и штатное расписание медиакомпаний и их отдельных подразделений, а также медиапроектов;
- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место практики в структуре ОПОП: Практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б2 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации, программа «Массмедиа и контент-маркетинг».

Целью данной практики является приобретение профессиональных умений, навыков и компетенций в различных направлениях проектно-аналитической деятельности в массмедиа, а также умения глубоко и в диалектических связях в целом воспринимать предмет профессии.

Задачами практики являются:

- освоение стандартов, форматов, стилей, технологических требований, принятых в различных массмедиа;
- совершенствование опыта в поиске тем и проблем, для осуществления проектно-аналитической деятельности;
- овладение умениями и навыками в подготовке медиапроекта с учетом требований (нормы, стандарты, форматы, стили, технологические особенности), принятых в конкретном медиа.
- участие в разработке и управлении медиапроектами;
- презентация медиапроекта или его части.

Тип практики (ее наименование): производственная практика, организационно-творческая.

Способ проведения практики: стационарная, выездная

Форма проведения практики: реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

Разделы (этапы) практики:

1. Подготовительный (организационный)
2. Основной (творческий)
3. Заключительный (организационно-аналитический)

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Б2.В.03(П) Производственная практика (проектно-аналитическая)

Общая трудоемкость практики 9 з. е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний (ПК-1.1., ПК-1.3, ПК-1.4):

- ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов;
- ПК-1.3 Формирует и планирует работу авторских коллективов медиапроектов;
- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов.

Место практики в структуре ОПОП: Практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б2 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации программа «Массмедиа и контент-маркетинг».

Целью практики является реализация в практике теоретических знаний об особенностях профессиональной авторской деятельности: приобретение обучающимися соответствующих профессиональных умений, навыков и компетенций авторской деятельности в массмедиа.

Задачами практики являются:

- приобретение и совершенствование умений и навыков в поиске и выборе тем и проблем, соответствующих выполнению медиакоммуникационных задач и целей контент-маркетинга;
- овладение умениями и навыками получения информации методом интервью экспертов, а также анализа, отбора и систематизации полученных сведений для создания и продвижения медиапродукта;
- получение умений и навыков в работе с различными источниками медийной информации и соответственно в анализе, проверке, обработке и систематизации собранной информации;
- овладение умениями и навыками проверки достоверности полученных сведений;
- осваивание умений и навыков по разграничению и систематизации фактов и мнений;
- выработка умений применять профессиональные этические нормы на всех этапах профессиональной деятельности;
- овладение умениями и навыками в создании медиатекстов и медиапродукта (умение анализировать ситуацию, выявлять положительные и отрицательные тенденции; творчески подходить к постановке проблемы, использовать креативные ресурсы медиакоммуникации и т. д.);
- овладение умениями и навыками в подготовке медиапродукта с учетом требований (нормы, стандарты, форматы, стили, технологические особенности), принятых в конкретном медиа.

Тип практики (ее наименование): Производственная практика, проектно-аналитическая.

Способ проведения практики: стационарная, выездная

Форма проведения практики: реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

Разделы (этапы) практики:

1. Подготовительный (организационно-аналитический)
2. Основной (проектно-аналитический)
3. Заключительный (информационно-аналитический)

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная)

Общая трудоемкость практики 12 з. е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1.1, УК-1.2):

УК-1.1 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации;

УК-1.2 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников;

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2.1):

УК-2.1 – Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений;

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия (УК-4.6):

УК-4.6 – Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.);

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний (ПК-1.1):

ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов;

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов (ПК-2.1):

ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов.

Место практики в структуре ОПОП: Практика относится к обязательной части дисциплин блока Б2, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации программа «Массмедиа и контент-маркетинг».

Целью производственной преддипломной практики является совершенствование и реализация умений и компетенций системной аналитико-исследовательской деятельности, сформированных в процессе обучения в целом, а также при прохождении профессионально-творческой, проектно-аналитической и авторской практик. Результатом этого вида практики должна стать магистерская диссертация.

Задачи практики:

– научить выявлять и анализировать влияние государственных и общественных институтов, формируемых ими идеологических и ценностных систем, результатов их взаимодействия на медиасистемы;

- научить учитывать влияние комплекса глобальных и локальных политических, экономических, культурных процессов, а также правовых и этических регуляторов на состояние медиасистемы и деятельность конкретных массмедиа;
- приобретение опыта критически оценивать надежность источников информации и работы с противоречивой информацией из разных источников;
- приобретение опыта самостоятельно выполнять критический анализ проблемных ситуаций: анализировать информацию на основе системного подхода, определять в ней пробелы и вырабатывать стратегию действий;
- приобретение умения и опыта планировать и реализовывать все этапы производства медиапродукта, востребованного обществом и медиаиндустрией;
- приобретение опыта в создании профессионально ориентированных текстов в соответствии с академическими правилами и форматами;
- приобретение навыков регулярно отслеживать изменения норм русского языка;
- научить выявлять и оценивать тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса при создании медиапродуктов.
- овладение методикой редактирования профессионально ориентированных и академических текстов;
- приобретение умений прогнозировать возможные последствия профессиональной деятельности;
- овладение навыками руководствоваться принципами социальной ответственности в медиасфере;
- выработка умений соотносить при осуществлении авторской деятельности свои действия с профессиональными этическими нормами;
- приобретение умений презентовать результаты медиаисследований.

Тип практики (ее наименование): производственная практика, преддипломная.

Способ проведения практики: стационарная и выездная.

Форма проведения практики: реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

Разделы (этапы) практики:

1. Организационно-аналитический
2. Основной аналитический
3. Заключительный

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
основной профессиональной образовательной программы
высшего образования 42.04.05 Медиакоммуникации
 Профиль: Массмедиа и контент-маркетинг

В результате освоения программы у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции:

– универсальные компетенции:

Категория компетенций	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения соответствующих дисциплин (модулей), практик
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации	<u>Знать</u>: основные виды и схемы аргументации; когнитивные основания аргументативной деятельности; <u>Уметь</u>: выстроить доказательную и убедительную аргументативную стратегию с учетом специфики адресата аргументации; определять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации. <u>Владеть</u>: навыками аргументативного анализа проблемной ситуации
			УК-1.2 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников	<u>Знать</u>: основные приемы влияния в аргументации и способы реагировать на них; российский и зарубежный опыт в данной области, актуальные проблемы для медиаисследований. <u>Уметь</u>: выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, разрабатывать их методологию, программы, методики; критически оценивать надежность источников информации, работать с противоречивой информацией из разных источников; различать манипулятивные влияния в аргументативном тексте и противостоять им. <u>Владеть</u>: навыками анализа и стратегического планирования; навыками сопоставления различных аргументов на предмет их доказательности и убедительности
			УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая достоинства и недостатки	<u>Знать</u>: Возможные решения ситуаций; <u>Уметь</u>: сотрудничать с коллективом в поисках решения задачи; <u>Владеть</u>: оценкой их реализации на предметном уровне.

Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений	<u>Знать</u> методики и принципы целеполагания. <u>Уметь</u> формулировать конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определять дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений; планировать работу над медиаисследованием, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений. <u>Владеть</u> навыками формулировать конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определять дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.
			УК-2.2 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО	<u>Знать</u> иерархическую структуру работ. <u>Уметь</u> составлять иерархическую структуру работ, распределять по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использовать актуальное ПО. <u>Владеть</u> навыками иерархической структуры работ, распределения по задачам финансовых и трудовых ресурсов, использования актуального ПО.
			УК-2.3 Проектирует смету и бюджет проекта, оценивает эффективность результатов проекта	<u>Знать</u> принципы бюджетирования и оценки эффективности проекта. <u>Уметь</u> проектировать смету и бюджет проекта, оценивать эффективность результатов проекта. <u>Владеть</u> навыками проектирования сметы и бюджета проекта, оценки эффективности результатов проекта
			УК-2.4 Составляет матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта	<u>Знать</u> принципы составления матрицы ответственности и матрицы коммуникаций проекта. <u>Уметь</u> составлять матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта. <u>Владеть</u> навыками составления матрицы ответственности и матрицы коммуникаций проекта
			УК-2.5 Использует гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами	<u>Знать</u> технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами. <u>Уметь</u> использовать гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами. <u>Владеть</u> навыками применения гибких технологий для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами
Командная работа и	УК-3	Способен организовывать и	УК-3.1 Планирует организацию работы команды и руководство	<u>Знать</u>: понятийный аппарат, проблемы и феноменологию психологии личности, социальной психологии личности и группы,

лидерство		руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ею с учетом индивидуально-психологических особенностей каждого ее члена	области практического применения психологических знаний; <u>Уметь</u>: применять психологические знания для анализа проявления индивидуально-психологических особенностей своих и членов команды в разных областях взаимодействия, динамики развития группы как команды, выбирать на основе анализа способ организации работы команды и стиль руководства ею; <u>Владеть</u>: навыками анализа проявления индивидуально-психологических особенностей своих и членов команды в разных областях взаимодействия, динамики развития группы как команды, выбора на основе анализа способа организации работы команды и стиля руководства ею
			УК-3.2 Вырабатывает конструктивную командную стратегию для достижения поставленной цели	<u>Знать</u>: основные компоненты структуры личности; влияющие на достижение поставленных целей, основные стратегии межличностного взаимодействия, возможные трудности командного взаимодействия и пути их преодоления для достижения поставленной цели; <u>Уметь</u>: учитывать индивидуально-психологические особенности членов команды при выработке командной стратегии для достижения поставленной цели, опираться на конструктивные стили межличностного взаимодействия; <u>Владеть</u>: навыками выработки конструктивной командной стратегии для достижения поставленной цели, определения путей преодоления возникающих трудностей командного взаимодействия
Коммуникация	УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Выбирает на иностранном языке коммуникативно приемлемые стратегии академического и профессионального общения	<u>Знать</u>: функциональные особенности устных и письменных профессионально-ориентированных текстов, в том числе научного характера; требования к оформлению документации (в пределах программы), принятые в профессиональной коммуникации и в странах Европы и изучаемого языка; мировые стандарты ведения научно-исследовательской деятельности; правила профессиональной этики, характерные для профессионального общения; общепринятые (российские и зарубежные) требования к оформлению научных трудов и прочих работ, связанных с исследовательской деятельностью. <u>Уметь</u>: осуществлять устную и письменную коммуникацию в целях научного академического и профессионального общения (сообщение, доклад, презентация, дебаты, дискуссия за круглым столом, пресс-конференция) на иностранном языке; писать научные статьи и тезисы; работать с аутентичной литературой профессионально ориентированного характера и обрабатывать

				полученную информацию; производить различные логические операции (анализ, синтез, установление причинно-следственных связей, аргументирование, обобщение и вывод, комментирование); понимать и оценивать чужую точку зрения, стремиться к сотрудничеству, достижению согласия, выработке общей позиции в условиях различия взглядов и убеждений. <u>Владеть</u>: навыками обработки большого объема иноязычной информации с целью сбора материала для написания магистерской диссертации или её раздела на изучаемом языке; практическими навыками написания работ на иностранном языке для публикации в зарубежных журналах.
			УК-4.2 Владеет культурой письменного и устного оформления профессионально ориентированного текста на государственном языке РФ	<u>Знать</u>: основные нормы культуры письменного и устного оформления профессионально ориентированного текста, необходимые для академического взаимодействия; законы развития современного русского языка; его литературные нормы, основные нормы речевой коммуникации, лингвоэтические нормы, нормы речевого взаимодействия, лингвоправовые нормы, необходимые в профессиональной коммуникации; <u>Уметь</u>: применять полученные знания на практике; в пределах изученных тем осуществлять корректную устную и письменную коммуникацию; составлять профессионально ориентированные тексты; <u>Владеть</u>: нормами письменного и устного оформления профессионально ориентированного и академического текста на государственном языке РФ; навыками находить, квалифицировать и исправлять речевые, стилистические, орфографические и пунктуационные ошибки в текстах СМИ; навыками эффективной коммуникации в сфере академической и профессиональной речевой деятельности.
			УК-4.3 Демонстрирует способность осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормами и стилями государственного (русского) языка РФ	<u>Знать</u>: основные вопросы о формах существования языка; системе функциональных стилей современного русского языка; литературные нормы современного русского языка. <u>Уметь</u>: на основе знаний норм, существующих в различных функциональных стилях современного русского языка, осуществлять в пределах, изученных тем корректную устную и письменную коммуникацию; составлять профессионально ориентированные тексты. <u>Владеть</u>: интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной речи в ситуациях академического и

				профессионального общения; навыками лингвистического анализа текстов разных функциональных стилей
			УК-4.4 Аргументировано и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ	<u>Знать</u>: основные принципы аргументации. <u>Уметь</u>: выстраивать эффективную аргументацию на государственном языке РФ. <u>Владеть</u>: навыками коммуникации в академических и профессиональных дискуссиях.
			УК-4.5 Владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной иноязычной речи в ситуациях академического и профессионального общения	<u>Знать</u>: этику и условия успешности академического и профессионального общения; эффективные приемы установления профессиональных контактов и развития профессионального общения; способы формализации решений, а также приемы речевого воздействия на объект коммуникации. <u>Уметь</u>: вырабатывать и варьировать в зависимости от ситуации общения стратегию и тактику академического и профессионального общения; анализировать информацию, четко и ясно формулировать мысли, логично и аргументировано излагать свою точку зрения. <u>Владеть</u>: практическими навыками публичной речи и навыками профессионального общения на иностранном языке с представителями различных культур.
			УК-4.6 Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.)	<u>Знать</u>: основные этапы работы с медиатекстом и методику работы; пределы вмешательства редактора в текст; особенности редактирования журналистских медиатекстов; особенности редактирования рекламных и PRмедиатекстов; принципы оформления академического текста тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.) при проведении медиаисследования <u>Уметь</u>: оценивать логическую, композиционную организацию медиатекстов, их фактическую основу, а также соответствие речевым и стилистическим нормам; применять полученные знания на практике; создавать профессионально ориентированные и академические тексты. <u>Владеть</u>: навыком составления и редактирования академических текстов (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.); необходимыми навыками редактирования журналистских, рекламных и PRмедиатекстов в аспекте этических, лингвоэтических, лингвоправовых, речевых и стилистических норм; знаниями и методикой редактирования профессионально ориентированных и академических текстов.

Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии	<u>Знать</u>: основные ценностные и идеологические системы; основы этики; особенности исторического развития ценностных систем <u>Уметь</u>: применять ценностные системы в управлении проектами; формулировать системы ценностей в коллективе; использовать знания ценностных и идеологических систем в профессиональной деятельности; анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся на разных этапах исторического развития и культуры и обосновывать актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии. <u>Владеть</u>: ценностным аппаратом различных эпох; навыками анализа ценностных и идеологических систем; навыками обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии;
			УК-5.2 Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп	<u>Знать</u>: теоретические основы технологий организации массовой социальнокультурной деятельности в коллективе. <u>Уметь</u>: определять цели и задачи межкультурного профессионального взаимодействия в условиях различных этнических, религиозных ценностных систем, выявление возможных проблемных ситуаций <u>Владеть</u> способами интеграции работников, принадлежащих к разным культурам в производственной команде
			УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды в процессе межкультурного взаимодействия	<u>Знать</u>: исторические этапы и формы межкультурного взаимодействия народов РФ. <u>Уметь</u>: выявлять признаки криминационного развития межкультурного взаимодействия. <u>Владеть</u>: инструментами обнаружения, описания и анализа положительных и отрицательных проявлений формирования современной культурной среды
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Оценивает свои личностные ресурсы на основе самодиагностики и самооценки	<u>Знать</u>: ведущие теории развития личности, психологические основы самодиагностики и самооценки, психологические аспекты принципов образования в течение всей жизни, базовые психотехнологии развития личности; <u>Уметь</u>: объяснять особенности личностного развития с позиций ведущих психологических теорий, осуществлять самодиагностику и самооценку своих личностных ресурсов, планировать образование в течение всей жизни и подбирать базовые психотехнологии

				развития личности с учетом результатов самодиагностики; <u>Владеть</u> : навыками объяснения особенностей личностного развития с позиций ведущих психологических теорий, самодиагностики и самооценки своих личностных ресурсов, планирования образования в течение всей жизни и подбора базовых психотехнологий развития личности с учетом результатов самодиагностики
			УК-6.2 Определяет и реализовывает приоритеты своей деятельности и способы ее совершенствования	<u>Знать</u> : психологические основы мотивации деятельности, определения ее приоритетных целей и задач, способов совершенствования выполняемой деятельности; <u>Уметь</u> : самостоятельно выявлять мотивы деятельности, определять ее приоритетные цели и задачи, способы совершенствования выполняемой деятельности на основе самооценки личностных ресурсов; <u>Владеть</u> : навыками выявления мотивов деятельности, определения ее приоритетных целей и задач, способов совершенствования выполняемой деятельности на основе самооценки личностных ресурсов

– общепрофессиональные компетенции:

Категория компетенций	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения соответствующих дисциплин (модулей), практик ¹
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Планирует, организует и координирует все этапы производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<u>Знать</u> : основные принципы работы с источниками информации и методы её сбора. <u>Уметь</u> : выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, определять приоритетные для контента темы. <u>Владеть</u> : методикой поиска и оценки информационных поводов.
			ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм русского языка и особенностей иных знаковых систем	<u>Знать</u> : параметры основных типов речевой культуры, активные процессы современного русского языка на всех его уровнях. <u>Уметь</u> : учитывать запросы современного общества на подготовку журналистских текстов с учетом изменений норм русского языка на разных языковых уровнях и в различных типах речевой культуры. <u>Владеть</u> : речевыми и стилистическими нормами на всех уровнях современной языковой системы; регистрами основных типов речевой культуры.
			ОПК-1.3 Управляет процессом	<u>Знать</u> : параметры основных типов речевой культуры, активные

			подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм иностранного языка и особенностей иных знаковых систем	процессы иностранного языка на всех его уровнях. <u>Уметь</u>: учитывать запросы современного общества на подготовку журналистских текстов с учетом изменений норм иностранного языка на разных языковых уровнях и в различных типах речевой культуры. <u>Владеть</u>: речевыми и стилистическими нормами на всех уровнях современной языковой системы; регистрами основных типов речевой культуры.
Общество и государство	ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	<u>Знать</u>: особенности проведения научного медиаисследования, выполнения всех необходимых его этапов, принципы разработки методологии, программы, методики, анализа; систему организации взаимодействия общественных и государственных институтов. <u>Уметь</u>: выполнять исследовательскую работу, опираясь на базовые знания о российском и зарубежном опыте в данной области, самостоятельно проводить исследования, анализировать и презентовать результаты; разрабатывать коммуникационные стандарты для общественных и государственных институтов. <u>Владеть</u>: методологией, программами, методиками; навыками анализа и презентации результатов исследований, применения основных положений теории журналистики, учета роли аудитории в медиапроцессах; навыками формирования коммуникационной политики организации.
			ОПК-2.2 Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	<u>Знать</u>: принципы освещения деятельности общественных и государственных институтов. <u>Уметь</u>: создавать медиапродукты, обеспечивающие достижение конкретных имиджевых целей. <u>Владеть</u>: навыками изучения потребительских запросов и учёта их при создании медиапродуктов.
Культура	ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Выявляет и оценивает тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса при создании медиапродуктов	<u>Знать</u>: тенденции развития отечественного и культурного процесса <u>Уметь</u>: прогнозировать тенденции развития культуры, создавать медиапродукт на основании прогнозов <u>Владеть</u>: навыками работы в медиадискурсе, навыками коммуникации при создании медиапродукта
			ОПК-3.2 Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в	<u>Знать</u>: основные произведения искусства, тенденции развития культур различных стран и народов <u>Уметь</u>: анализировать потребности потребителей медиапродукта,

			создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах	реализовывать проекты в медиaprостранстве <u>Владеть:</u> навыками создания медиатекстов, навыками реализации и использования коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	<u>Знать:</u> специфику мониторинговых исследований, особенности изучения интересов отдельных аудиторных групп; информационные потребности общества и аудитории. <u>Уметь:</u> анализировать тенденции развития общественных и государственных институтов и освещать их в СМИ; использовать данные социологических исследований. <u>Владеть:</u> навыками интерпретации результатов мониторинговых исследований, подготовки с использованием этих результатов. медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов; навыками интерпретации результатов исследований потребностей и интересов аудитории СМИ, восприятия сообщений потребителями информации.
			ОПК-4.2 Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты	<u>Знать:</u> методологию прикладного исследования медиакоммуникации и потребительских практик. <u>Уметь:</u> использовать различные методы прикладных исследований. <u>Владеть:</u> навыками интерпретации результатов социологического исследования медиакоммуникации и потребительского поведения для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты.
Медиакоммуникационная система	ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<u>Знать:</u> основные источники медиаправа, базовые принципы регулирования медиа в России, правовые основы редакционной деятельности, понимать объем прав и обязанностей субъектов массово-информационных отношений, знать основы авторского права и общие требования к содержанию рекламы. <u>Уметь:</u> применять источники массово-информационного права профессиональной деятельности, осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормами права, владеть правовой культурой, защищать профессиональные права в интересах обеспечения граждан необходимой информацией. <u>Владеть:</u> навыками чтения и анализа основных источников информационного права, судебных решений; получить опыт идентификации типичных нарушений, которые возникают в ходе профессиональной деятельности в сфере медиа.

			ОПК-5.2 Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы	<u>Знать</u>: основы российского законодательства, регулирующего правовые отношения в сфере медиа; модели профессиональных действий в области медиакоммуникаций. <u>Уметь</u>: использовать знания в области права в своей работе, применять положение права для реализации профессиональных прав и обязанностей; определять круг задач в рамках поставленной цели, выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм; контролировать качество выпускаемого медиапродукта, его соответствие профессиональным стандартам и законодательству; учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; выстраивать эффективную медиакоммуникацию в зависимости от условий конкретной среды. <u>Владеть</u>: навыками, необходимыми для защиты своих профессиональных интересов, анализа практики сфере медиа с целью разрешения информационных конфликтов; навыками профессиональных действий в области медиакоммуникаций.
Технологии	ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	<u>Знать</u>: основы организации информационной безопасности организации, основные инструменты реализации политики информационной безопасности. <u>Уметь</u>: отслеживать глобальные процессы в сфере информационной безопасности. <u>Владеть</u>: понятийным аппаратом в сфере информационной безопасности.
			ОПК-6.2 Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств в медиаотрасли	<u>Знать</u>: современный спектр технологий и программных продуктов для обеспечения информационной безопасности в медиапроизводстве. <u>Уметь</u>: адаптировать и использовать технологии и программные продукты для обеспечения информационной безопасности в медиапроизводстве <u>Владеть</u>: навыками первичного аудита информационной безопасности и составления политики информационной безопасности в условиях конкретной ситуации в медиапроизводстве.
Общество и	ОПК-7	Способен оценивать и	ОПК-7.1 Прогнозирует эффекты	<u>Знать</u> : техники ситуационного анализа.

государство		прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	и возможные последствия профессиональной деятельности, демонстрирует знание концепции ее социальной ответственности	<u>Уметь</u> : изучать новые предметные области. <u>Владеть</u> : методиками изучения устройства бизнес-организации процессов.
			ОПК-7.2 Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли	<u>Знать</u> : стандарты медиаотрасли. <u>Уметь</u> : разрабатывать коммуникационные стратегии компаний в соответствии с социальной повесткой. <u>Владеть</u> : методиками индивидуального и коллективного генерирования идей.

– профессиональные компетенции:

Тип задач профессиональной деятельности	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения соответствующих дисциплин (модулей), практик ¹
Проектно-аналитический	ПК-1	Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний	ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов	<u>Знать</u> : структуру и основное содержание медиапроекта; принципы маркетингового анализа; основы структурирования целевой аудитории; <u>Уметь</u> : анализировать и систематизировать полученные сведения о потенциальных источниках финансирования, просчитывать бюджет потенциального медиаформата; применять данные социологических и маркетинговых исследований для выявления узких потребностей отдельных целевых групп; осуществлять деятельность, связанную с миссией, репутацией медиакомпаний, корпоративной и организационной культурой, стратегическими задачами медиакомпаний. <u>Владеть</u> : навыками адаптации контента медиапродукта к запросам и потребностями отдельных целевых групп; методами количественного выражения взаимосвязей экономических процессов и явлений.
			ПК-1.2 Определяет бюджеты медиапроектов и возможные источники их финансирования	<u>Знать</u> : принципы бюджетирования медиапродуктов; принципы разработки новых видеоформатов для сетевой среды <u>Уметь</u> : оценивать временные затраты участников команды для выполнения заданий; определять бюджет видеопрокта с учетом специфики сетевой платформы; анализировать и систематизировать

				полученные сведения о потенциальных источниках финансирования, просчитывать бюджет потенциального медиаформата. <u>Владеть</u>: навыками формирования технических требований при создании информационного и программного продукта; навыком поиска источников финансирования проекта.
			ПК-1.3 Формирует и планирует работу авторских коллективов медиапроектов	<u>Знать</u>: основные квалификационные требования к персоналу для работы в социальных медиа; методы формирования проектных команд. <u>Уметь</u>: координировать работу авторских коллективов медиапроектов; делегировать задачи участникам авторского коллектива, составлять график работ, отслеживать выполнение задач и оценивать их. <u>Владеть</u>: навыками создания технических заданий и планов работы для реализации проекта.
			ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов	<u>Знать</u>: концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов; принципы создания пилотного выпуска видеопроекта; принципы и методы создания медиапродукции различных форматов. <u>Уметь</u>: контролировать соблюдение профессиональных норм и требований на всех этапах работы над медиапроектом; руководить процессом создания пилотного выпуска для конкретной социальной платформы; организовать эффективную работу авторского коллектива; создавать и редактировать медиапродукты различных типов. <u>Владеть</u>: навыком создания медиаформата; навыками создания и редактирования текстов различных форматов; навыками руководства процессом создания нового формата или концепции творческого медиапроекта.
			ПК-1.5 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов	<u>Знать</u>: основные принципы поддержания коммуникативных контактов; особенности презентации результатов творческой деятельности. <u>Уметь</u>: устанавливать контакты с внешней средой; анализировать и систематизировать полученные сведения о медийных площадках, каналах распространения и определять оптимальные средства продвижения медиапродукта <u>Владеть</u>: навыками поддержания коммуникации с внешними субъектами; навыками создания и проведения современных

				презентаций медиапроектов.
			ПК-1.6 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере медиакоммуникаций учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений	<u>Знать:</u> принципы социальной ответственности и этические нормы, принятыми профессиональным сообществом; принципы и методы создания информационных поводов при планировании антикризисной коммуникации; механизм взаимодействия со средствами массовой информации, методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных. <u>Уметь:</u> планировать процесс антикризисной коммуникации; определять ключевые группы, вовлеченные в кризисную коммуникацию; использовать различные методы исследований коммуникаций при изучении специфики освещения различных ситуаций, связанных с кризисом; применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта в создании информационных поводов для разрешения кризисной ситуации; - оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений; <u>Владеть:</u> навыками проведения контроля и оценки эффективности мероприятий, проводимых в рамках антикризисных кампаний; способностью создавать информационные поводы при планировании антикризисной коммуникации с применением творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта.
	ПК-2	Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов	ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов	<u>Знать:</u> концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов. особенности формирования организационной структуры и штатного расписания медиакомпаний и их отдельных подразделений, а также медиапроектов; квалификационные требования к персоналу для проектируемых медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов <u>Уметь:</u> разрабатывать концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов. сформировать организационную структуру и штатное расписание медиакомпаний и их отдельных подразделений, а также медиапроектов; составлять квалификационные требования к персоналу для проектируемых медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов <u>Владеть:</u> навыками разработки концептуальных документов деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов; методами формирования организационной структуры и штатного расписания медиакомпаний и их отдельных подразделений, а также медиапроектов; методами составления квалификационных требований к персоналу для проектируемых медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов
			ПК-2.2 Осуществляет	<u>Знать:</u> методы оценки эффективности медийных продуктов; методы

			контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов	проведения оценки эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов; принципы составления отчетов о реализации концепции медиапроектов. <u>Уметь</u>: осуществлять контроль и оценку деятельности авторских коллективов; формулировать критерии и показатели эффективности проектов; осуществлять контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов; составлять отчеты о реализации концепции медиапроектов. <u>Владеть</u>: навыками создания технических заданий для реализации исследований по оценке эффективности проекта; аналитическими навыками оценки медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов; навыками осуществления контроля и оценки эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов; навыками составления отчетов о реализации концепции медиапроектов.
			ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов	<u>Знать</u>: принципы и методы осуществления подготовки к выпуску, производства и распространения медийной продукции; принципы составления отчетов о реализации концепции медиапроектов; основные принципы поддержания коммуникативных контактов. <u>Уметь</u>: осуществлять подготовку к выпуску текстовой рекламной продукции в соответствии с требованиями потенциальных площадок размещения; создавать отчётную документацию медиакоммуникационных проектов и презентовать её потенциальным и реальным заказчикам; составлять отчеты о реализации концепции медиапроектов; устанавливать контакты с внешней средой. <u>Владеть</u>: навыками создания текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов новых медиаформатов; навыками составления отчетов о реализации концепции; навыками поддержания коммуникации с внешними субъектами; методикой поиска и оценки информационных поводов и техникой формирования рекомендаций по составлению и редактированию сценариев
			ПК-2.4 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	<u>Знать</u>: основные приемы создания текста публичного выступления; основные этапы работы над формированием имиджа выступающего. <u>Уметь</u>: разрабатывать текст публичного выступления для должностного лица базисного субъекта PR; определять качество подготовленного и произнесенного публичного выступления. <u>Владеть</u>: навыками поиска нужной информации в печатных текстах, Интернете, обработки информации, содержащейся в текстах; навыками общения, анализа и использования данных прикладных исследований в области спичрайтинга.

В Приложении 9.1 приведен календарный график освоения элементов образовательной программы, в Приложении 9.2 – календарный график формирования компетенций.

На основе рабочих программ (фондов оценочных средств) дисциплин (модулей), практик, ГИА (ИА) образовательной программы сформированы комплексы заданий (включающие тестовые задания, ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы) для оценки сформированности компетенций у обучающегося. Задания фонда оценочных средств по образовательной программе размещены на Образовательном портале «Электронный университет ВГУ»: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=26086>

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

Период окончания формирования компетенции: 4 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

- Дисциплины (модули) (блок 1):
 - Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований (1, 2 семестр);
 - Б1.В.02 Теория и практика аргументации (1 семестр).
- Практики (блок 2):
 - Б2.В.04 (Пд) Производственная практика, преддипломная (4 семестр).

Критерии и шкалы оценивания заданий для оценки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.В.02 Теория и практика аргументации

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется интеллектуальное затруднение человека, возникающее в случае, когда он не знает, как объяснить возникшее явление, факт, процесс действительности, не может достичь цели известным ему способом, что побуждает человека искать новый способ объяснения или способ действия?

- **проблемная ситуация**
- тупик в развитии
- тупик в эволюции
- доказательство

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется общий план построения аргументации или критики?

- **аргументативная стратегия**
- цель аргументации
- дискуссия
- полемика

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Что является формой аргументации, на основе которой дифференцируются аргументативные стратегии?

- стилистические особенности аргументации
- последовательность приведения аргументов
- **способ связи между аргументами и тезисом**
- полнота аргументации

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Какой аргумент правильно было бы использовать в качестве первого при планировании аргументативной стратегии?

- **самый сильный**
- самый слабый
- единственно верный
- никакой

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое достоверная (демонстративная) аргументативная стратегия?

- аргументативная стратегия, с помощью которой пытаются доказать тезис
- аргументативная стратегия, в которой все аргументы являются вероятностными
- **аргументативная стратегия, построенная на основании схем дедуктивных рассуждений с использованием истинных аргументов**
- произвольная аргументативная стратегия

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Что означает правдоподобная (вероятностная) аргументативная стратегия?

- **аргументативная стратегия, построенная на основании схем недедуктивных (вероятностных) рассуждений**
- аргументативная стратегия, похожая на правдивую
- аргументативная стратегия, которая вызывает доверие у аудитории
- нет правильного ответа

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Что называется критикой в теории аргументации?

- высмеивание недостатков оппонента
- **логическая операция, направленная на разрушение ранее состоявшегося процесса аргументации**
- выявление слабых сторон аргументации
- аргументацию

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Что обеспечивает успешная критика аргументов?

- **выявление необоснованности тезиса**
- обоснование истинности тезиса
- доказательство некомпетентности оппонента

- хороший спор

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Что означает «сведение к абсурду» в эмпирической аргументации?

- предложение в качестве тезиса некоторого абсурдного положения
- нелогичное, иррациональное поведение в процессе аргументации
- **выведение из некоторого утверждения противоречивых следствий**
- апологетика

ЗАДАНИЕ 10. Укажите, каким способом участник аргументации может сформулировать антитезис?

- **сформулировать положение, не совместимое с тезисом**
- добавить к тезису отрицательные частицы «не»
- выразить свое несогласие с тезисом
- доказать тезис

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Что представляет собой нарушение правил аргументации, т.е. некорректная аргументация?

- уловка, цель которой – обмануть оппонента
- ошибка, которую нужно помочь исправить
- **уловка или ошибка – в зависимости от того, знает ли автор аргументации, что нарушает ее правила**
- ни один ответ неверный

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Что представляют собой аргументы «к человеку»?

- **аргументы, направленные на критику личностных качеств оппонента**
- аргументы, логически подтверждающие тезис
- аргументы, в формулировке которых используется личное обращение на «Вы» к собеседнику
- все ответы верны

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

Что означает «Предвосхищение основания»?

- **использование сомнительных аргументов, которые сами нуждаются в доказательстве и подтверждении**
- подмена тезиса
- использование заведомо ложных аргументов
- недостаточность аргументации

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Что представляет собой «доказательство от противного»?

- уловка
- подмена тезиса
- **косвенное доказательство**
- прямое доказательство

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется участник аргументации, выдвигающий и отстаивающий определенное положение?

- оппонент

- **пропонент**
- субъект
- полемист

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Суждения «Всякая наука имеет свой предмет исследования» и «Ни одна наука своего предмета исследования не имеет»

- находятся в отношении противоречия
- **находятся в отношении противоположности**
- могут быть одновременно истинными

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Суждения «Каждая страна имеет свои особенности» и «Некоторые страны никаких особенностей не имеют»

- **находятся в отношении противоречия**
- находятся в отношении противоположности
- могут быть одновременно истинными

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется основная ошибка, возникающая при нарушении закона тождества?

- **подмена понятия**
- тавтология
- паралогизм

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Согласно закону тождества, всякая мысль в процессе рассуждения

- должна продолжать предыдущую
- не должна противоречить предыдущей
- **должна быть тождественна самой себе**
- должна быть обоснована

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется логическая операция обоснования истинности какого-либо суждения с помощью других истинных и связанных с ним суждений?

- **доказательство**
- тавтология
- аргументация

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Определите, каким является доказательство тезиса «Народ — творец истории» через указание, во-первых, что народ является создателем материальных благ, во-вторых, играет огромную роль в политике, в-третьих, играет большую роль в создании духовной культуры?

- **прямым**
- косвенным
- обратным
- неправильным

ЗАДАНИЕ 22. Укажите ошибку, допущенную в следующем отрывке:

«— Скажи мне, Бирбал, сколько останется, если из двенадцати отнять четыре?»

— Ничего не останется, — ответил Бирбал.

— Как это ничего? — удивился падишах.

— А так, — ответил Бирбал, — если из двенадцати месяцев вычесть четыре времени года, что же останется? Ничего!»

/Поучительные истории о падишахе Акбаре и его советнике Бирбале. М., 1976/

- потеря тезиса
- **частичная подмена тезиса**
- тавтология
- недостаток аргументов

ЗАДАНИЕ 23. Укажите вид доказательства в примере:

«Очевидно, Петров завтра на экзамене по философии получит отличную оценку, т.к. все три года учебы в институте он учится только на «отлично».

- прямое дедуктивное
- **прямое по аналогии**
- косвенное разделительное

ЗАДАНИЕ 24. Укажите причину несостоятельности аргументов в рассуждении:

«Куры летают, так как куры — птицы, а все птицы летают»:

- **недостоверность аргумента**
- отсутствие аргументов
- недостаточность аргументов

ЗАДАНИЕ 25. Проанализируйте следующие высказывания:

Работа не волк, в лес не убежит;

Без труда не вынешь рыбку из пруда;

Сделал дело – гуляй смело;

Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.

Что представляет собой использование данных банальных, общеизвестных высказываний в аргументации?

- **трюизм**
- банальщина
- истинное суждение
- достоверный факт

ЗАДАНИЕ 26. Выберите правильный вариант ответа:

Суждения «Некоторые математики пытались решить проблему «квадратуры круга»» и «Некоторые математики не пытались решить проблему «квадратуры круга»» находятся в отношении

- противоречия
- подчинения
- противоположности
- **частичной совместимости**

ЗАДАНИЕ 27. Укажите аргумент, который может быть рассмотрен как манипуляция:

- Курение вредит здоровью
- Курение наносит ущерб финансовому благополучию
- **Вы же сами курите, а потому Вы не имеете морального права призывать к отказу от курения**
- Курить – здоровью вредить

ЗАДАНИЕ 28. Укажите, какое суждение может быть истинным заключением в силлогизме «Ни одна захватническая война не может быть справедливой. Национально-освободительные войны являются справедливыми, поэтому они не могут быть захватническими»:

- «Они не могут быть захватническими»
- «Национально-освободительные войны являются справедливыми»
- «Ни одна захватническая война не может быть справедливой»

ЗАДАНИЕ 29. Выберите правильный вариант ответа:

Что представляет собой уловка «логическая диверсия»?

- случайное отступление от тезиса
- использование заведомо ложных доводов
- **переключение внимания на обсуждение других проблем**
- противоречие в аргументации

ЗАДАНИЕ 30. Выберите правильный вариант ответа:

Что представляет собой антитезис в правильной аргументации?

- **противоречащее тезису суждение**
- противоположное тезису суждение
- любое несовместимое с тезисом суждение
- суждение, полученное путем превращения тезиса

2) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.В.02 Теория и практика аргументации

ЗАДАНИЕ 1. Как называется указание на конкретные недостатки, выявленные в аргументации пропонента?

Ответ: критика

ЗАДАНИЕ 2. Столкновение мнений, позиций, в ходе которого каждая из сторон аргументирования отстаивает свое понимание обсуждаемых проблем и стремится опровергнуть доводы другой стороны – это

Ответ: спор

ЗАДАНИЕ 3. Обоснование ложности выдвигаемого тезиса, отдельных посылок или умозаключения – это

Ответ: опровержение

ЗАДАНИЕ 4. Какой метод представлен в данном типе аргументации?

«Если посмотреть на то, как защитили дипломы несколько человек из этой группы, можно быть спокойным за всех выпускников. Ведь Попов получил отлично, Иванов получил отлично, Казимиров защитился блестяще, Тихомиров аналогично. Наверняка, можно быть уверенными, что завтра все остальные студенты получат на защите отличные оценки!»

Ответ: индукция

ЗАДАНИЕ 5. Проанализируйте одно из рассуждений Холмса. Какой метод в нем применяется?

«...взгляните на нижнюю крышку, в которой отверстие для ключа. Смотрите, сколько царапин, — это следы ключа, которым не сразу попадают в отверстие. У человека непьющего таких царапин на часах не бывает. У пьяниц они есть всегда. Ваш брат заводил часы поздно вечером, и вон сколько отметин оставила его нетвердая рука! Что же во всем этом чудесного и таинственного?»

Ответ: дедукция

ЗАДАНИЕ 6. Как называются некорректные аргументы, которые часто используются наравне с корректными для манипулирования противником?

Ответ: уловка

ЗАДАНИЕ 7. Как называются аргументы, представляющие собой наиболее общие, очевидные и потому не доказываемые в конкретной области человеческой деятельности положения?

Ответ: аксиомы

ЗАДАНИЕ 8. Какой тип вопросов используется в ситуации, когда мы не требуем ответа от собеседника, но хотим акцентировать внимание на проблемной ситуации?

Ответ: риторический

ЗАДАНИЕ 9. Какие положения используются субъектом в процессе доказательства?

Ответ: аргументы

ЗАДАНИЕ 10. Какая ошибка в решении проблемной ситуации возможна, если проponent или оппонент обосновывает тезис аргументами, а аргументы – этим же тезисом?

Ответ: порочный круг

ЗАДАНИЕ 11. Какой метод решения проблемной ситуации возможен, если противники не согласны с точкой зрения друг друга и стремятся к достижению победы путем отстаивания собственного мнения?

Ответ: спор

ЗАДАНИЕ 12. Представьте ситуацию, когда оппонент и проponent формулируют свои первоначальные позиции. Для тезиса «все люди добры» высказывание «ни один человек не является добрым» будет выступать в роли ...

Ответ: антитезиса

ЗАДАНИЕ 13. Выявите в данном отрывке тезис и запишите его: «Смерть не имеет к нам никакого отношения, ведь пока мы есть, смерти нет, а когда смерть есть, тогда нас нет» (Эпикур).

Ответ: Смерть не имеет к нам никакого отношения

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 14. Кто является проponentом при защите дипломной работы в вузе?

Ответ: студент

ЗАДАНИЕ 15. Какая ошибка, связанная с изменением тезиса, представлена в примере?

«Все люди очень агрессивны»

«Все люди не терпят ущемления своих прав и агрессивно реагируют на подобные действия»

Ответ: сужение тезиса

ЗАДАНИЕ 16. Какой вид коммуникативного барьера вызван различием в национальных культурах общающихся людей?

Ответ: культурный

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.В.02 Теория и практика аргументации

ЗАДАНИЕ 1. Рассмотрите стратегию аргументации тезиса «Всех осужденных необходимо оправдать». Для доказательства данного тезиса проponent использует следующие аргументы:

1) Все люди, осужденные за совершение преступлений, на самом деле невиновны. Как известно, в 100% случаев имеет место судебная ошибка.

2) Все осужденные добры, поскольку все люди добры.

Какие ошибки в аргументах имеют место в данном случае?

Ответ: «Ложность оснований» – в качестве аргумента берут не истинные, а ложные суждения, которые пытаются выдать за истинные; ошибка «предвосхищение основания» – заключающаяся в том, что аргументы сами нуждаются в доказательстве.

ЗАДАНИЕ 2. Проанализируйте диалог. Какую ошибку относительно тезиса совершает оппонент?

– Каждый человек должен ежедневно пить достаточное количество воды.

— Господа, нам предлагают заменить продукты водой, но, позвольте, ведь мы не водоплавающие. Или Вы хотите, чтобы мы превратились в рыб, и наша кожа покрылась чешуей? Но ведь человек – не рыба!

Ответ: Ошибка заключается в «подмене тезиса» – ее суть в том, что тезис умышленно заменяют другим и переходят к доказательству или опровержению этого нового тезиса.

ЗАДАНИЕ 3. Представьте двустороннюю аргументацию тезиса «Все студенты должны быть отличниками»:

Ответ: Двусторонняя аргументация предполагает использование аргументов «за» и «против», например:

1. Отличники хорошо усваивают материал;

2. Отличники всегда демонстрируют высокую мотивацию;

3. Отличники всегда знают ответы на все вопросы;

4. Троечники выигрывают у отличников в сообразительности и изворотливости;

5. Троечники не зубрят, а значит, обладают креативностью и т.п.

ЗАДАНИЕ 4. Представьте ситуацию, когда Вам необходимо выступить после доклада, который вызвал массу вопросов и эмоциональный отклик у аудитории, которая никак не хочет переключаться на дальнейшие темы и продолжает обсуждать предыдущий вопрос. Что Вам следует предпринять в начале своего выступления, обоснуйте свое решение?

1. Сразу заявить о своей теме выступления, надеясь заинтересовать аудиторию.

2. Возмутиться поведением аудитории.

3. «Отреагировать» на предыдущую тему, высказав несколько замечаний относительно данного вопроса, а потом уже перейти к своей теме выступления.

4. Отказаться от своего выступления, поскольку такая аудитория не готова больше к принятию информации.

Ответ: Правильной будет 3 тактика, поскольку прием «отреагирования» позволит завершить предыдущую тему, поддержав интерес аудитории, высказав свои соображения по данному поводу, а потом плавно перейти к изложению собственной темы.

ЗАДАНИЕ 5. Проанализируйте аргументы в поддержку тезиса «В политику должны идти только мужчины» и дополните доказательство высказываниями, позволяющими из имеющейся простой аргументации сделать сложную:

1. Мужчины обладают ярко выраженным стремлением к власти;

2. Власть и желание доминировать тождественны;

3. Даже в семье мужчин проявляет власть, которая впоследствии выходит за узкие рамки и распространяется повсеместно.

Ответ: Сложная аргументация предполагает формулировку нескольких цепочек аргументов, относящихся к разным сферам:

1. Мужчины менее эмоциональны и не допускают скоропалительных и необдуманных решений;

2. Мужчины лучше коммуницируют, что необходимо в политической сфере;

3. Мужчины лишены привязанности к семье, которую чаще всего демонстрируют женщины, не имеющие возможности полностью отдаться работе.

ЗАДАНИЕ 6. Проанализируйте тезис «любой предмет, подкинутый в воздух, падает на землю» и аргументы, его подтверждающие:

1. это происходит согласно закону всемирного тяготения Ньютона;

2. так считает наш учитель физики;

3. мой папа считает, что это справедливо;

4. мы привыкли наблюдать падение всех тел.

Какой из аргументов является наиболее убедительным?

Ответ: 1-й аргумент является наиболее убедительным, поскольку он является теоретически доказанным.

ЗАДАНИЕ 7. Сопоставьте аргументы в пользу того, что Иванов совершил убийство Петрова:

1. Имеется заключение экспертизы о совпадении пальцевых отпечатков Иванова с отпечатками пальцев, обнаруженными на месте совершения преступления,

2. Имеются свидетели, слышавшие, как незадолго до убийства Петрова, Иванов угрожал последнему расправой.

Какой аргумент мы можем считать более достоверным. Обоснуйте свой ответ.

Ответ: 1-й аргумент более надежный, поскольку имеет статус достоверного факта, тогда как 2-й является всего лишь индуктивным предположением.

ЗАДАНИЕ 8. Проанализируйте аргументативные стратегии проponenta и оппонента.

Пропонент доказывает тезис «курение вредно для здоровья» с помощью аргумента «курение вызывает рак легких».

Оппонент доказывает антитезис «курение не вредит здоровью» с помощью аргументов:

«курение успокаивает нервы, а потому благоприятно сказывается на психологическом состоянии человека»,

«курение помогает думать, а потому человек выбирает оптимальные стратегии своего поведения»,

«все люди смертны, а потому нельзя однозначно сказать, способствует ли курение появлению смертельных заболеваний или нет».

Чем отличаются данные стратегии, назовите плюсы и минусы аргументации оппонента и проponenta.

Ответ: недостатком аргументации проponenta является использование всего лишь одного аргумента, что говорит о недостаточности аргументации. Но данный аргумент является достоверным, что является достоинством аргументации.

Недостатком аргументации оппонента является использование аргументов, нуждающихся в доказательстве, но зато этих аргументов достаточно – что является преимуществом.

ЗАДАНИЕ 9. Проанализируйте аргументативную стратегию и определите вид логической ошибки, которая допущена в данном примере:

«Этот четырехугольник – квадрат, так как его стороны равны друг другу, а все углы – прямые. А равенство всех сторон и всех углов этого четырехугольника следует из того, что он является квадратом».

Ответ: в данном примере имеет место ошибка «порочного круга», когда истинность тезиса доказывается аргументами, а истинность аргументов – тезисом.

ЗАДАНИЕ 10. Приведите не менее 2 аргументов «к человеку» для обоснования тезиса «образование – главный способ борьбы с социальными недугами».

Ответ: наш президент считает образование граждан – главным фактором общественного развития;

Бэкон первым обосновал принцип практической полезности науки и образования для общества;

Все образованные люди справляются с социальными проблемами.

ЗАДАНИЕ 11. Сформулируйте тезис для решения проблемной ситуации, проблемным вопросом к которой является: «Хорошо ли отказаться от вредных привычек?»

Ответ: Отказ от вредных привычек - путь к здоровой жизни

ЗАДАНИЕ 12. Сформулируйте, каким образом можно осуществить критику демонстрации в данном примере:

«Иван Иванович очень часто бывает строг на работе и требует от подчиненных выполнения работы в установленные сроки, следовательно, со всей определенностью можно сказать, что в семье он деспотичен и груб».

Ответ: в этом случае критика должна быть направлена на указание, что в рассуждении нет логической связи между аргументами (строгость на работе....) и тезисом (деспотичен в семье....). Тезис не вытекает из аргументов, создается лишь видимость логической связи с помощью выражения «следовательно, со всей определенностью можно сказать».

ЗАДАНИЕ 13. Осуществите деструктивную критику тезиса «Высшее образование не приносит никакой пользы человеку».

Ответ: деструктивная критика тезиса заключается в указании на несостоятельность тезиса, например, «тезис ошибочен, поскольку высшее образование позволяет развить навыки критического мышления, знакомит студента с передовыми технологиями ...»

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 14. Какие способы актуализации темы выступления кажутся Вам наиболее продуктивными при выборе стратегии аргументации для аудитории с низким интеллектуальным уровнем:

1. Тема должна быть интересна аудитории;
2. Тема связана с пережитыми аудиторией событиями;
3. Тема должна вызывать интеллектуальное затруднение, инициирующее поиск решения проблемы;
4. Возбуждение мыслительной активности у слушателей;
5. Тема связана с обыденными потребностями аудитории и подтверждает имеющиеся стереотипы поведения данной социальной группы.

Ответ: Продуктивными можно считать 1, 2, 5 способы актуализации темы, поскольку позволяют обратить внимание аудитории на привычные образцы

поведения, подтверждают имеющиеся ценностные установки и не предполагают необходимости размышлять над вопросами.

Б2.В.04 (Пд) Производственная практика, преддипломная

ЗАДАНИЕ 15. Практикант хотел написать в номер еженедельной газеты отчет о выставке цветов, которая проходила в Доме культуры месяц назад и длилась один день. Почему редактор забраковал эту тему?

Ответ: Потому что тема 3 недели назад потеряла актуальность.

ЗАДАНИЕ 16. Практикант получил на официальный запрос ответ от пресс-службы областной думы, который изобилует казенными формулировками. Может ли практикант переписать ответ “своими словами” или ему необходимо использовать ответ дословно?

Ответ: Да, может, при условии, что не будет искажена фактура.

ЗАДАНИЕ 17. Редакция телеканала готовит программу о том, как развивается военная промышленность (ВПК) в России. Для телепередачи шеф-редактор скачал недавно опубликованное на сайте Министерства обороны видео с генералом, который дал положительную оценку ВПК. При монтаже программы редколлегия указала, что синхрон взят с сайта Минобороны. Правильно ли поступили телевизионщики?

Ответ: да, правильно, так как сайты ведомств и организаций являются открытыми источниками информации. В журналистских материалах можно использовать данные, которые размещены на этих сайтах, указав первоисточник.

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Период окончания формирования компетенции: 4 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

- Дисциплины (модули) (блок 1):
 - Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере (3 семестр).
- Практики (блок 2):
 - Б2.В.04 (Пд) Производственная практика, преддипломная (4 семестр).

Критерии и шкалы оценивания заданий для оценки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

SWOT– анализ-метод, который позволяет выявить факторы ...

- внешней среды
- внутренней среды
- **внешней и внутренней среды**
- прямые и косвенные факторы

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Что не входит в планирование проекта?

- планирование содержания проекта
- определение последовательности работ и построение графика
- распределение потребностей в ресурсах (человеческие, технические и т.д.)
- **определение себестоимости продукта проекта**

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

На каком этапе осуществляется подписание акта выполненных работ?

- планирования проекта
- инициации проекта
- выполнения проекта
- **завершения проекта**

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Диаграмма Ганта – это ...

- **горизонтальная линейная диаграмма, на которой задачи проекта представляются протяженными во времени отрезками, характеризующимися датами начала и окончания, взаимосвязями, задержками и, возможно, другими временными параметрами**
- график выполнения работ проекта
- диаграмма, отражающая причинно-следственные взаимосвязи проекта
- любое схематичное представление логических взаимосвязей между операциями проекта

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Совокупность приемов и операций для достижения цели проекта – это...

- методы проекта
- условия проектной деятельности
- **средства проекта**

- проектный фон.

ЗАДАНИЕ 6. Какая из представленных характеристик **не** имеет отношения к проекту?

- регулярность**
- уникальность
- инновационность
- временная локализация

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа: Что подразумевается под дискретностью как характеристикой коммуникационного проекта?

- целенаправленность
- технологичность
- оптимизация
- прерывистость, дробность**

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа: Участники проекта – это

- потребители, для которых предназначен проект
- заказчики, инвесторы, менеджеры проекта
- **физические и юридические лица, непосредственно задействованные в проекте**
- заказчики, подрядчики, менеджеры, рядовые исполнители проекта

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа: Какое из представленных ниже описаний соответствует такой стратегии взаимодействия со стейкхолдерами, как вовлечение?

- односторонняя связь от компании к стейкхолдерам
- односторонняя связь от стейкхолдеров к компании
- двусторонняя асимметричная связь
- **двусторонняя симметричная связь**

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа: Проект продолжительностью свыше 5 лет считается

- долгосрочным
- среднесрочным
- сверхдолгосрочным
- **стратегическим**

ЗАДАНИЕ 11. Бездоходный и затратный проект, чье финансирование имеет грантовую форму, является по особенностям финансирования

- кредитным
- бюджетным
- благотворительным**
- спонсорским

ЗАДАНИЕ 12. Кто является создателем классической теории управления, определившей 5 функций менеджмента (планирование-организация-распоряжение-координация-контроль)?

- Генри Гант
- **Анри Файоль**
- Фридрих Тейлор
- Алексей Гастев.

ЗАДАНИЕ 13. Какой из представленных критериев **не** влияет на качество публикаций о проекте в СМИ?

- тональность публикации
- наличие фото
- донесение ключевых сообщений
- жанр публикации**

ЗАДАНИЕ 14. Для какой аудитории прежде всего предназначается питч?

- конкуренты
- поставщики
- инвесторы**
- дистрибьюторы

ЗАДАНИЕ 15. В каком стиле создается Elevator pitch?

- научном
- разговорном**
- публицистическом
- официально-деловом

ЗАДАНИЕ 16. Свойства проектной деятельности (2 варианта ответа):

- продолжительная и повторяющаяся
- **уникальная**
- **временная**
- монотонная, однотипная

ЗАДАНИЕ 17. План управления коммуникациями в проекте может корректироваться в случае:

- увеличения длительности проекта
- изменения бюджета проекта
- замены материалов, используемых в проекте
- **изменения состава заинтересованных сторон проекта**

ЗАДАНИЕ 18. Форма представления информации расписания проекта, где операции указаны по вертикальной оси, даты приведены по горизонтальной оси, а длительности операций показаны в виде горизонтальных полос, расположенных в соответствии с датами старта и финиша, называется:

- **диаграмма Ганта**
- диаграмма контрольных событий
- диаграмма «старт-финиш»
- диаграмма «операции в узлах»

ЗАДАНИЕ 19. В предпроектный анализ входит (2 варианта ответа):

- **характеристика целевых групп проекта**
- **формулировка проблемы**
- временные рамки проекта
- целевые показатели и критерии успеха проекта

ЗАДАНИЕ 20. В структуру ситуационного анализа не входят следующие данные:

- информация о целевом рынке, о его текущих и ожидаемых изменениях;
- информация об объемах продаж, ценах, прибыльности и рыночной доле каждого вида товара, рекламировать который предстоит;
- информация об основных действующих и потенциальных конкурентах;
- **информация о структуре подразделения маркетинга**

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере

ЗАДАНИЕ 1. Как называется превышение расходной части бюджета проекта над доходной?

Ответ: дефицит

З

Ответ: темпоральная оптимизация.

Д

ЗАДАНИЕ 3. Дополните предложение. Проект, направленный по критерию цели на создание новых стереотипов и поведенческих практик или изменение уже сложившихся, является...

Ответ: проектом по убеждению общественности.

ЗАДАНИЕ 4. Условиями какой стратегии проекта являются завершённая сформированная политика и потребность в информации со стороны общественности?

Ответ: стратегия информирования.

а

ЗАДАНИЕ 5. К какому виду коммуникативных каналов проекта можно отнести записки и письма?

Ответ: личные статичные каналы.

ЗАДАНИЕ 6. Какому критерию SMART не соответствует цель «Увеличить количество заключаемых договоров с новыми клиентами на 20% за счёт внедрения скриптов продаж»?

Ответ: время (срок, ограниченность во времени, time, time bound)

о

ЗАДАНИЕ 7. Какому критерию SMART не соответствует цель «За три месяца увеличить узнаваемость компании за счёт роста упоминаемости бренда в СМИ»?

Ответ: измеримость / измеримый (measurable)

ЗАДАНИЕ 8. Выявить внутренние сильные и слабые стороны проекта, а также внешние возможности и угрозы, и установить связи между ними можно с помощью матрицы _____.

Ответ: SWOT (СВОТ)

ц

ЗАДАНИЕ 9. Инициатор размещает подробное описание своего проекта на специальной платформе. Описывает цели проекта, планы получения прибыли, необходимые ресурсы, а затем посетители платформы изучают информацию о проекте и дают деньги, при условии, что им понравилась идея. Как называется такой способ финансирования проекта?

Ответ: краудфандинг.

е

ЗАДАНИЕ 10. К каким видам характеристик целевой аудитории относятся ее интересы и увлечения?

Ответ: психографическим.

ЗАДАНИЕ 11. Как называется краткая презентация ключевой идеи проекта?

Ответ: питч.

д

ЗАДАНИЕ 12. Что является объектом питча?

Ответ: проект, нуждающийся в финансировании.

з

у

м

ЗАДАНИЕ 13. Вам предстоит организовать День открытых дверей в университете. Чтобы провести мониторинг отзывов участников, когда необходимо подготовиться к нему? До мероприятия? После него?

Ответ: До мероприятия.

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б2.В.04 (Пд) Производственная практика, преддипломная

ЗАДАНИЕ 1. Пандемия коронавируса внесла существенные изменения во все сферы общественной жизни. Изменения коснулись и работы приёмной комиссии российских вузов. Уже не первый год приёмные комиссии осуществляют работу в непривычном режиме, подача документов ведется через электронные системы. Важно восполнить живое общение абитуриентов с членами приёмной комиссии, ощущение атмосферы факультета и корпуса. В такой ситуации необходимым представляется осуществление программы SMM-сопровождения приёмной кампании вузов.

Составьте социально-демографический и психографический портреты ключевой внешней целевой аудитории проекта - абитуриентов.

ОТВЕТЫ

Целевые аудитории:

Географический признак: жители регионов РФ и ближнего зарубежья.

Социально-демографический признак: Мужчины: 13-17 (абитуриенты), 18-24 (студенты – выпускники бакалавриата).

Женщины: 13-17 (абитуриенты), 18-24 (студенты – выпускники бакалавриата).

Уровень образования: полное среднее (для абитуриентов бакалавриата); высшее (абитуриенты магистратуры).

Уровень доходов: низкий (абитуриенты бакалавриата); средний, имеют возможность подработки (абитуриенты магистратуры).

Психографический признак:

Ценности/жизненные позиции: обладать знаниями, умениями, реализовывать себя, иметь желаемый доход, получить специальность, наличие друзей. Жизненная позиция – максималистская.

Стиль жизни: максимум возможного при невысоком доходе: встречи с друзьями, вечеринки, доступные путешествия, посещения досуговых мероприятий (кинотеатр, игровой клуб), концерты, чтение учебной литературы, передвижение на общественном транспорте.

Факторы, определяющие мотивацию приобретения Т/У: необходимость, приобретение статуса, следование моде/стилю, соответствие группе общения.

ЗАДАНИЕ 2. 22 марта – Всемирный день водных ресурсов (День Воды). Ежегодно в эти даты проводится комплекс мероприятий для детей и молодёжи. Однако, из-за негативного развития эпидемиологической ситуации и усиления мер повышенной готовности в г. Москве и других регионах России, в 2020 г. менее чем за неделю до проведения запланированные мероприятия были отменены. В результате введения ограничительных мер мог образоваться информационный провал, что в условиях проведения самого главного праздника водных ресурсов, Дня Воды, было недопустимо. Для выхода из информационного кризиса Коммуникационным агентством АГТ в сжатые сроки был разработан коммуникационный проект по трансформации офлайн-активностей в онлайн.

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ Дети и молодёжь

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ Вовлечение целевых аудиторий в активности проекта «Вода России» в условиях жёсткого ограничения офлайн-активностей.

Задачи: • Перенастройка существующего инструментария информационной активности с офлайн на онлайн. • Активация онлайн-аудиторий проекта «Вода России». • Разработка продолжительных digital-активностей. • Инициирование информационных волн без привязки к конкретным информационным поводам. • Интеграция темы 75-летия Победы в активности. • Использование темы самоизоляции в активностях проекта.

Бюджет проекта ~ 1 430 000 руб.

Результаты: Охват аудитории более 800 000 просмотров

Взаимодействие с аудиторией более 36 000 лайков, репостов, комментариев

Вовлечение аудитории более 6 000 непосредственных участников

Переформулируйте цель представленного проекта по методике целеполагания SMART.

ОТВЕТЫ: Цель по методике SMART: вовлечение не менее 5 тыс. участников в активности проекта «Вода России» в условиях жёсткого ограничения офлайн-активностей за период реализации проекта

ЗАДАНИЕ 3. Рассчитайте PR Value. Приведите расчеты. В блоге будет размещен кейс о вашем заказчике, и вы получите в распоряжение следующие показатели:

площадь упоминания — 1;

коэффициент фокуса — 1,5;

аудитория — 20 000 пользователей;

цена контакта — 1,5 рубля;

упоминание бренда в заголовке — 1,2.

Ответ: $PR\ Value = 1 * 1,5 * 20\ 000 * 1,5 * 1,2 = 54\ 000$ рублей.

Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере

ЗАДАНИЕ 4. Определите тип представленного проекта по критерию сферы деятельности в соответствии с классификацией коммуникационных проектов.

Проект Запуск делового квартала «Сколково Парк» в пандемию

Исполнитель PR Inc.

Клиент Millhouse

Сроки проведения проекта Август-октябрь 2020

Общая информация о проекте Деловой квартал «Сколково Парк» – это шесть офисных зданий класса А, окруженных 8 гектарами английского ландшафтного парка. Премиум-здания «Сколково Парк» в новом формате бизнес-парка, расположены гораздо дальше, чем все московские офисы класса А. Деловой квартал строится в районе «Сколково», на границе Москвы и Московской области, где в пешей доступности нет станций метро. Продвижение проекта осложняли два дополнительных фактора: проект уже был заявлен рынку в 2014 году, но собственник приостановил строительство по экономическим причинам. Спустя шесть лет, старт снова оказался под вопросом из-за пандемии коронавирусной инфекции.

Целевая аудитория

- Потенциальные арендаторы офисной и ритейл зон

- Брокеры

- Сотрудники компаний - потенциальных арендаторов

- Правительство Москвы и Московской области

Цель проекта • Привлечь внимание арендаторов и брокеров в период повального отказа от офисов

Коммуникационная стратегия. Как только правительство разрешило проведение очных встреч, Агентство организовало и провело для журналистов День без стен в «Сколково Парк». Это позволило показать масштаб проекта и обеспечить погружение в среду, в которой предстоит работать будущим арендаторам.

«Деловой» день выглядел так: завтрак на веранде - пресс-конференция – обед, прогулка в парке – деловое общение – ужин в ресторане. Передвижение по территории в течение дня – на самокатах.

Тактика, креативные решения Мы предложили клиенту отказаться от продвижения офисов и разработали концепцию LIVE.WORK.PLAY.LEARN. Мы расширили возможности рабочего пространства за счет природного, спортивного, интеллектуального ландшафтов. Вместо классического офиса сотрудники компаний-арендаторов получают многофункциональную экосистему: утром можно сходить на пробежку в Мещерский парк или позаниматься йогой на набережной реки Сетунь, в обед отдохнуть на открытой офисной террасе или поиграть в бадминтон возле кафе the Rink, а вечером отправиться на лекцию звездных преподавателей в бизнес-школу «Сколково» или Инновационный центр. Здесь WORK легко трансформируется в WALK. PLAY – в PLAN. LEARN – в EARN. LIVE - в LOVE.

Практические действия Этап 1. Разработка коммуникационной стратегии Этап 2. Запуск социальных сетей проекта Этап 3. Организация Дня без стен в «Сколково Парк» для журналистов и блогеров

Результаты Коммуникационный результат: • 5 привлеченных партнеров, среди которых «Мещерский парк», гольф-поле в Сколково, кафе The Rink и т.д. • 36 журналистов и блогеров на площадке в течение 8 рабочих часов • Свыше 100 упоминаний проекта в концепции LIVE.WORK.PLAY.LEARN в медиа Бизнес-результат: • 43 обращения потенциальных арендаторов в первую неделю после мероприятия

Ответ: экономический проект.

ЗАДАНИЕ 5. Определите тип представленного проекта по критерию типа целевой аудитории в соответствии с классификацией коммуникационных проектов.

Название проекта Комплексное онлайн-продвижение подмосковного отеля MOSCOW COUNTRY CLUB в 2019-20 гг. (включая пандемию)

Заказчик ГлавУпДК при МИД России

Цели и задачи Главной задачей было обеспечение загруженности отеля во все сезоны и месяцы продвижения. Также заказчиком был выделен ряд дополнительных обязательных KPI, таких как трафик, звонки, количество подписчиков, позитивный фон отзывов и т.д.

Целевые аудитории

Индивидуальные гости:

- Женщины от 25 до 34 лет с детьми, домохозяйки или работающие;
- Семейные пары (30 до 45 лет) с детьми (до 14 лет),
- Частные клиенты от 40 до 55 лет,
- Компании друзей,
- Молодые супруги. Уровень дохода от 150 тыс. рублей на члена семьи.

Корпоративные клиенты:

- Топ-менеджеры и/или ответственные сотрудники экономически стабильных организаций, а также event-компаний, принимающие решения о выборе места проведения корпоративных мероприятий: деловых и праздничных.

Vip гости:

- Клиенты с высоким доходом – свыше 500 тыс. рублей в месяц;
- Семьи с детьми (до 14 лет) – при стабильно высоком уровне семейного дохода;
- Люди с высоким уровнем дохода - арендаторы коттеджей на длительный срок;
- Владельцы собственного бизнеса в России и за рубежом.

Члены спортивного комплекса:

- Жители престижных коттеджных поселков в районе новорижского и волоколамского шоссе,
- Корпоративные члены клуба – по договорам с компаниями,

- Индивидуальные клиенты.

Члены гольф-клуба:

- Корпоративные клиенты,
- Индивидуальные клиенты,
- Руководители и сотрудники иностранных дипломатических миссий в Москве.

Круг основных клиентов:

- Топ-менеджеры крупных иностранных и российских компаний,
- Владельцы собственного бизнеса,
- Сотрудники посольств,
- Члены семей клиентов из вышеперечисленных категорий.

Ответ: полиобъектный проект.

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Период окончания формирования компетенции: 2 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности (2 семестр);

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

При необходимости подготовить коллектив к деятельности в экстремальной ситуации целесообразной формой социально-психологической работы с группой будет

- деловая игра
- тренинг переговоров
- **тренинг стрессоустойчивости**
- консультация руководителя группы по вопросам управления коллективом в экстремальных ситуациях

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

При диагностике социального аспекта групповой жизни малой группы и/или команды (межличностные отношения и общение) используют

- методы и диагностики функционально-ролевых позиций в группе
- методы диагностики ролевых конфликтов
- **метод социометрии, методы исследования групповой сплоченности**
- методики диагностики стилей руководства командой

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Изучение делового аспекта групповой жизни команды включает в себя диагностику

- межличностных отношений и общения
- восприятия индивидом группы, конформизм и конформность
- **структуры функционального распределения ролей, отношения к работе, продуктивности, принятия решений**
- методов диагностики социально-психологического климата группы

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Когда зародилось командообразование как специальный вид деятельности?

- в конце 15 века
- **во второй половине 20 века**
- в начале 16 века
- во второй половине 14 века

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Кто впервые обратил внимание на важность ролевого распределения внутри команды для максимально упрощенного и быстрого обмена информацией, а также выработки наиболее эффективных способов коммуникации между членами группы?

- Т.В. Черниговская
- Роршах
- **М. Белбин**
- Д. Карнеги

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Для понимания особенностей выстраивания контакта при руководстве командой важно ориентироваться на сущность следующих фаз контакта, выделенных Ф. Перлзом:

- **преконтакт, контакт, финальный (полный) контакт, постконтакт**
- зарождение идеи, кодирование и выбор канала, передача, декодирование
- отправитель, сообщение, канал связи, получатель

- знакомство, решение совместной задачи, прерывание.

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Что является сутью организационных задач процесса управления, по Т.Ю. Базарову?

- планирование и изменение положения организации на рынке
- **проектирование бизнес- процессов и организационной структуры, разработка мероприятий по достижению целей организации**
- управление ресурсами и их распределение
- направление потенциала сотрудников, урегулирование человеческого фактора

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Что необходимо знать о потребностях членов команды (с опорой на работы А. Маслоу) для эффективного руководства ими?

- соотносятся ли они с духовным здоровьем
- **актуализированный и следующий в иерархии уровень потребностей**
- ограничения в удовлетворении ряда базовых потребностей
- способы удовлетворения потребностей, доступные сотрудникам

ЗАДАНИЕ 9. Какая управленческая роль в команде, согласно модели Т.Ю. Базарова, имеет четкое видение итогового результата и способна проектировать этапы его достижения, гибко учитывать ограничения при проектировании структур и технологий?

- **организатор**
- управленец
- администратор
- руководитель

ЗАДАНИЕ 10. Какая модель командных ролей описывает восемь рабочих функций в процессе управления, анализирует типы задач, решаемых командой, и дает возможность оптимизировать управленческую деятельность?

- концепция командных ролей Р.М. Белбина
- **«колесо команды» Марджерисона – Мак-Кена**
- модель управленческих ролей Т.Ю. Базарова
- все перечисленные выше модели

ЗАДАНИЕ 11. Британский бизнес-консультант и психолог М.Вудкок разработал методику диагностики команды, которая была названа его именем – «Тест Вудкока». На оценку какого фактора направлена данная методика?

- **оценка эффективности работы в команде**
- оценка групповой конформности
- оценка групповой идентичности
- оценка распределения функциональных обязанностей в команде

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Какова оптимальная численность человек в тренинговой группе?

- **8–15**
- 3–4
- 25
- 1

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

Если в организации возникают проблемы, связанные с созданием или реформированием существующих организационных структур, то руководителю рекомендуется применять ...

- **проектировочные игры**
- имитационные игры
- управленческие игры
- терапевтические игры

ЗАДАНИЕ 14. Укажите оптимальную форму групповой работы для ознакомления новых сотрудников с правилами и нормами организации:

- деловая игра
- тренинг командообразования
- **лекция о групповых правилах и нормах**
- коммуникативный тренинг

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Межличностные отношения и общение, доверие и сплоченность составляют ...

- деловой аспект групповой жизни
- **социальный аспект групповой жизни**
- управленческий аспект групповой жизни
- групповое развитие

ЗАДАНИЕ 16. Какая роль относится к рабочей задаче «Консультирование» согласно модели командных ролей Марджерисона – Мак-Кена?

- **«Докладчик-консультант». Справляется со сбором информации. Избегает конфликтов и прямых столкновений**
- «Специалист по оценке и развитию». Испытывает желание продвигать идеи и внедрять нововведения, склонен к проектной деятельности.
- «Координатор-организатор». Склонен оказывать влияние на события, легко принимает решение, преодолевая конфликтные ситуации
- «Инспектор-контролер». Предпочитает работать самостоятельно, его вклад будет виден и эффективен, если команда понимает, что от него требуется

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Команда с большей вероятностью столкнется с конфликтами, если ...

- **цели и задачи компании не ясны или не доведены до всех членов**
- уменьшить на 1 час рабочую неделю
- устраивать совместные корпоративы
- увеличить премию

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Что является главным средством поддержания сплоченности и внутренней стабильности группы по З. Фрейду?

- **аутгрупповая враждебность**
- устранение относительной депривации
- перевод ситуации конкуренции в ситуацию кооперации
- полимотивированность деятельности

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Согласно Н.В. Семилету, интеракционные дискуссии – это ...

- дискуссии, в которых обсуждаются значимые для всех участников тренинговой группы вопросы и проблемы
- дискуссии, ориентированные на прошлый опыт, в которых анализируются трудности личной или профессиональной жизни отдельного участника
- **дискуссии, материалом которых служат структура и содержание взаимоотношений между участниками группы**
- дискуссии, материалом которых служит содержание отдельных упражнений и игр тренинга, в ходе которых необходимо выполнить какую-либо задачу

ЗАДАНИЕ 20. Укажите стратегию ведения групповой дискуссии, при которой у ведущего есть четкий план ее проведения (группе предлагаются темы для обсуждения и способы их проработки):

- свободная форма
- **программированная форма**
- компромиссная форма
- комбинированная форма

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильные варианты ответа:

В зависимости от целей коррекции межличностных отношений или личностных проблем – какие дискуссии выделяют?

- **тематическую**
- романтическую
- **биографическую**
- веселую

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

Дискуссионная группа – это...

- **группа, собирающаяся для того, чтобы помочь участникам говорить о своих проблемах и решать их в атмосфере взаимной поддержки**
- группа для подготовки праздника
- группа для выезда на пикник
- шопинг-группа

ЗАДАНИЕ 23. Какая из командных стратегий (стилей руководства) наиболее эффективна при руководстве творческим коллективом или научной группой, где каждому члену присущи самостоятельность и творческая индивидуальность?

- демократическая
- **либеральная**
- авторитарная
- смешанная

ЗАДАНИЕ 24. Какая команда может быть создана для решения необычного разового задания, требующего уникальных креативных решений?

- вертикальная
- горизонтальная
- **специализированная**
- виртуальная

ЗАДАНИЕ 25. Укажите ролевые позиции в команде, выделенные в концепции Т. Ю. Базарова:

- координатор – реализатор – контролер – мотиватор
- организатор – администратор – контролер – мотиватор

- **организатор – администратор – управленец – руководитель**
- координатор-организатор-управленец-мотиватор

ЗАДАНИЕ 26. Выберите правильный вариант ответа:

Для оценки специфики отношений в системе «индивид-группа (команда)» необходимо определить ...

- степени выраженности ролевого конфликта в деятельности команды
- **личностные характеристики, влияющие на организационное и групповое поведение индивида**
- уровень развития группы как команды
- отношение к работе, продуктивность

ЗАДАНИЕ 27. На какой из нижеперечисленных фаз тренинга формирование конструктивных стратегий взаимодействия происходит наиболее оптимально:

- фаза неуверенности и зависимости (фаза ориентации)
- фазы борьбы, бунта, напряжения и агрессии
- фаза выработки групповых норм, развития и сотрудничества
- **рабочая фаза. Основные изменения личности и поведения участников. Достигаются цели активного социально-психологического обучения**

ЗАДАНИЕ 28. Выберите правильные варианты ответа:

Ролевая структура команды строится на основании ...

- **теории лидерства Б. Спока**
- **типологии личности Майерс-Бриггс**
- экспериментов И. П. Павлова
- теории поля Ф. Зимбардо

ЗАДАНИЕ 29. Выберите правильный вариант ответа:

В самом общем виде ролевую стратегию руководителя можно охарактеризовать как ...

- **родительскую или партнерскую**
- конфликтную
- экспериментальную
- компромиссную

ЗАДАНИЕ 30. Выберите несуществующий стиль руководства командой:

- авторитарный
- демократический
- **экспериментальный**
- либеральный

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности

ЗАДАНИЕ 1. Вставьте пропущенный термин в соответствующем падеже (строчными буквами):

Основной технологией социально-психологической групповой работы является ...

Ответ: тренинг

ЗАДАНИЕ 2. Вставьте пропущенный термин в соответствующем падеже (строчными буквами):

Если сотрудник организации направлен на реализацию своих возможностей с целью стать полноценно функционирующей личностью; актуализировать, раскрыть

себя, максимально проявить лучшие качества своей личности, заложенные от природы, то ему присуща тенденция (потребность) ...

Ответ: самоактуализации

ЗАДАНИЕ 3. Работа тренинговой группы опирается на систему принципов, организующих деятельность всех ее участников, включая ее руководителя. Является ли он членом группы?

Ответ: да / является.

ЗАДАНИЕ 4. Вставьте пропущенный термин в соответствующем падеже (строчными буквами):

Согласно Р.М. Белбину команды с неудачной комбинацией индивидуальных характеристик ее членов, когда в силу разных причин не удается подобрать наиболее подходящую командную роль для каждого человека, называются ...

Ответ: неэффективные команды / неэффективными

ЗАДАНИЕ 5. Вставьте пропущенный термин (словосочетание) в соответствующем падеже (строчными буквами):

Лидерство, обусловленное руководящим или служебным положением и управленческой должностью, – это ...

Ответ: формальное лидерство

ЗАДАНИЕ 6. Вставьте пропущенный термин (словосочетание) в соответствующем падеже (строчными буквами):

Признанный большинством, пользующийся истинным авторитетом, умеющий установить прочный контакт с людьми и оказывающий на них влияние, но не обладающий властными полномочиями без наличия официальных обязанностей руководителя – это ...

Ответ: неформальный лидер

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности

ЗАДАНИЕ 1. К Вам обратился руководитель компании с просьбой провести психологическую подготовку сотрудников для участия в новом проекте, результаты которого должны быть представлены в самые кратчайшие сроки. Какие темы групповой развивающей работы Вы выберете в данной ситуации и почему?

Ответ: для более эффективной слаженной работы лиц в новом проекте важна групповая сплоченность, а также навыки эффективного функционирования в ограниченной во времени (стрессовой) ситуации. Поэтому целесообразным будет провести групповую развивающую работу, направленную на повышение групповой сплоченности, а также содержащую элементы стресс-менеджмента.

ЗАДАНИЕ 2. Вас пригласили в IT компанию для решения задачи. Генеральный директор набрал команду лучших специалистов для разработки нового программного обеспечения. На данном этапе работы ему необходимо из набранных сотрудников назначить руководителя отдела. Генеральный директор ставит перед Вами задачу: изучить способности всех сотрудников и выдвинуть рекомендацию о назначении руководителя. Что Вы сначала предпримите для решения данной задачи?

Ответ: Первый этап решения данной задачи – диагностический. Для диагностики лидерских способностей сотрудников могут быть применены следующие методики:

- «Диагностика лидерских способностей» (Е. Жариков, Е. Крушельников)
- «Потенциал лидера»
- «Эффективность лидерства» (Р.С. Немов)
- «КОС» (В.В. Синявский и В.А. Федорошин)

ЗАДАНИЕ 3. При реорганизации подразделений компании к успешно функционирующему в течение 6 лет отделу добавили отдел из сотрудников, работающих в компании относительно недавно. В результате, при выполнении рабочих задач всю инициативу в свои руки берут сотрудники «старого» отдела, новички же отсиживаются, либо выполняют готовые поручения «старичков». Какие методики, направленные на диагностику и улучшение функционирования команды можно провести в данном случае?

Ответ: В этой ситуации можно использовать ролевой подход и соответствующий ему опросник самовосприятия Р.М. Белбина, который разработан для оценки соответствия участников исполняемым им командным ролям. Наивысший балл по командной роли показывает, насколько хорошо респондент может исполнять эту роль в команде. Такая командная роль, которой индивид максимально соответствует, называется основной. Следующий результат после наивысшего обозначает поддерживающую роль, на которую должен переключиться индивид, если его основная командная роль по каким-либо причинам не нужна группе. Наконец, два самых низких балла по командной роли выявляют возможные недостатки. В этом случае менеджер может подыскать коллегу, обладающего достоинствами, которые компенсируют эти недостатки.

Таким образом, определив эффективные командные роли для «новичков» можно, исходя из поставленной задачи, включать их в деятельность подразделения наряду с сотрудниками «старого» отдела. Тогда «новички» не будут обособлены от работы подразделения и смогут проявить себя в выполнении конкретных заданий.

ЗАДАНИЕ 4. В фармакологическую компанию требуется опытный менеджер по продажам. «Мужчина то и дело мял руки и менял позу, волновался, но выглядел опрятно и сдержанно, мимика и движения были невыразительными. Мало рассказал о себе, периодически задумывался и замолкал. Замечание по этому поводу явно задело его. На прошлой работе проработал 15 лет, в успехах особо не выделялся, но был очень старательным, начал поиски новой вакансии из-за закрытия фирмы». Определите, насколько он подходит под данную должность и почему?

Ответ: Мало подходит. Менеджер по продажам при общении с клиентами старается оставаться всегда дружелюбным, вежливым, тактичным. В общении с коллегами также внимателен, доброжелателен, общителен. Умеет делать комплименты, влиять на выбор клиента, мнение руководства, используя слабости людей, считая, что в достижении цели все средства хороши.

ЗАДАНИЕ 5. Вы – руководитель отдела. Вашему отделу поручен важный проект. Он должен быть выполнен силами Ваших подчиненных. Перед началом проекта вам необходимо продумать баланс в команде, в частности в аспекте межличностных различий между ее членами. Какая модель командных ролей будет использована Вами в этой ситуации и почему?

Ответ: Модель командных ролей Р.М. Белбина можно использовать, чтобы продумать о балансе в команде перед началом проекта; чтобы определить и, таким образом, управлять межличностными различиями членов существующей команды. Модель является «путеводителем» по развитию

сильных сторон команды и преодолению слабых, а также сильных и слабых сторон каждого члена команды, выполняющего ту или иную роль.

ЗАДАНИЕ 6. На одну из руководящих должностей компании необходимо подобрать кандидата. В его задачи будет входить работа с людьми, организация командной работы. Важно, чтобы он не был чрезмерно напористым, мог взять ответственность на себя. Важной характеристикой вступает наличие у него социального интереса, активной позиции. При опоре на концепцию А. Адлера о жизненных стилях, какому типу руководителя Вы отдали бы предпочтение и почему?

Ответ: По А. Адлеру, жизненный стиль – это уникальный способ достижения своих целей, избираемый личностью. Это комплекс средств, позволяющих приспособиться к окружающей действительности. А. Адлер выделял четыре жизненных стиля людей: управляющий тип (самоуверенные и напористые люди); избегающий тип (стараются избежать проблем в жизни, бегут от их решения, перекадывают ответственность на других); берущий тип (паразитируют на других людях, без проявления социального интереса); социально полезный тип (зрелые люди с развитым социальным интересом и с высоким уровнем социальной активности). Наиболее отвечающим запросам организации является социально полезный тип. Он включает в себя все необходимые характеристики: ответственность, социальная активность и интерес.

ЗАДАНИЕ 7. Вы руководитель проекта. В вашей группе возникли разногласия в отношении к ранее применимому способу решения подобных задач. Как выйти из данного диссонанса с опорой на теорию коммуникативных актов Т. Ньюкома?

Ответ: различие отношений людей к чему-либо порождает неприязнь между людьми и, соответственно, необходимо организовать большее число коммуникационных актов между сотрудниками с целью достижения консонанса.

ЗАДАНИЕ 8. Вы организуете групповую дискуссию для обсуждения рабочей задачи. Во время работы возникли трудности во взаимоотношениях между членами Вашей группы. Какие меры можно предпринять для нивелирования конфликтной ситуации и повышения эффективности работы группы?

Ответ: Устранить недоразумения между участниками дискуссии, стараясь пресекать оценочные суждения, направленные на личные качества оппонента. Постараться создать доброжелательную, деловую атмосферу, установить положительный эмоциональный фон, проявив доброжелательное отношение ко всем участникам.

ЗАДАНИЕ 9. Недавно назначенный менеджером по кадрам, еще плохо знающий сотрудников фирмы (сотрудники еще не знают его в лицо), идет на совещание к генеральному директору. Проходя мимо курительной комнаты, замечаете двух сотрудников, которые курят и о чем-то оживленно беседуют. Возник конфликт.

Ответ: Причина конфликта в том, что подчинённый начал критиковать начальника, это неуважительно. Тем более неуместно критиковать того, что нанял тебя на работу. Подчинённый должен вежливо объяснить начальнику в чём он не прав, побеседовать, решить эту ситуацию и прийти к общему решению.

ЗАДАНИЕ 10. Вы организуете групповую дискуссию для решения проблемы, возникшей в процессе выполнения рабочего задания. Как организатор дискуссии Вы замечаете, что некоторые члены группы отмалчиваются и практически не участвуют в обсуждении. Каковы будут Ваши действия?

Ответ: Необходимо постараться добиться, чтобы в дискуссии принимали участие все члены группы. Для этого можно, например, установить порядок выступлений по кругу, если возникает затруднение с включением всех участников. Обратиться к молчащему участнику дискуссии с вопросом, просьбой помочь. Предложить задание, в котором необходимо участие каждого. Посоветовать без боязни высказывать свои мнения, поскольку важно учесть мнение каждого.

ЗАДАНИЕ 11. В красочном фильме с провокационным названием «Последний богатырь» создана команда из героев многих известных русских народных сказок и былин, использованы знакомые нам с детства атрибуты, символы и образы. Но! – в совершенно другом сущностном толковании и с совершенно другим знаком качества. Все смысловые акценты переставлены, образы переоценены. Известные персонажи русского фольклора наделены свойствами, противоположными тем, которые были в них в течение веков заложены самим создателем, рассказчиком и хранителем сказок и былин – русским народом. Зрителю предлагается идеалы добра, правды, милосердия, любви, мужественности, патриотизма заменить на противоположные им «ценности», вернее их антиподы – антиценности. В рамках какой теории это сделано?

Ответ: архетипы К. Юнга

ЗАДАНИЕ 12. При организации групповой дискуссии Вы выбираете метод мозгового штурма. Что Вы будете предпринимать на начальном этапе включения участников взаимодействия в его реализацию?

Ответ: Главная функция мозгового штурма – обеспечение процесса генерирования идей без их критического анализа и обсуждения участниками. Поэтому участников важно познакомить с правилами реализации метода мозгового штурма: отсутствие всякой критики; поощрение предполагаемых идей; равноправие участников мозгового штурма; свобода ассоциаций и творческого воображения; творческая атмосфера на «игровой поляне» делового совещания; обязательная фиксация всех высказанных идей; время для инкубации (группе нужно дать время – час, день, неделю или месяц, чтобы обдумать идеи и затем рассмотреть альтернативные подходы или новые предложения к уже имеющемуся списку).

ЗАДАНИЕ 13. Руководитель столкнулся с частыми ошибками в работе своих подчиненных. Проблема в основном связана с тем, что они вместе работают не очень давно и испытывают сложности обращаться друг к другу за помощью, испытывают неловкость в том, чтобы задавать друг другу вопросы и прояснять что-либо при выполнении совместных заданий. Какие темы групповой развивающей работы Вы выберете для проведения тренинга в данном подразделении и почему?

Ответ: Для развития способности эффективно общаться в процессе выполнения заданий целесообразно провести тренинг эффективной коммуникации, а в целом для знакомства и развития слаженной работы служащих стоит включить в тренинговую программу элементы тренинга сплоченности, командообразования.

ЗАДАНИЕ 14. К вам обратился руководитель трудового коллектива со следующей проблемой. При распределении рабочих задач из команды был выбран сотрудник, который ответственен за выполнение одного из заданий. Часть сотрудников выражает свое недовольство таким назначением и не хочет выполнять его распоряжения. Какие методы психодиагностики существующих проблем в данном коллективе Вы выберете и почему?

Ответ: В данной группе возможно провести «Социометрию» для изучения социально-психологических позиций в группе и определения конфликтов, исходя из особенностей отношений между людьми, занимающими те или иные позиции. По результатам данного метода возможно порекомендовать благоприятное сочетание сотрудников для совместной эффективной работы. Посредством методики Т. Лири можно выявить рассогласование в представлениях партнеров взаимодействия относительно определенных социальных ролей, что в итоге провоцирует конфликтное взаимодействие (в этом случае необходима модификация инструкции к заполнению опросника посредством введения ролей, с позиций которых происходит взаимодействие).

С помощью использования техники репертуарной решетки Дж. Келли можно выявить причину внутреннего конфликта в коллективе, также, проведя исследование персонала, можно найти способы повышения продуктивности труда.

ЗАДАНИЕ 15. В команде новый лидер, понимающий, что он нравится далеко не всем. Есть ли смысл оставаться в роли лидера?

Ответ: Нет смысла стараться всем нравиться. Нет идей, которые бы устраивали всех. Развитие лидерских качеств состоит в том, чтобы не бояться конструктивной критики и опасаться несправедливой похвалы – она тормозит прогресс. Следует научиться находить позитивные стороны событий.

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

Период окончания формирования компетенции: 4 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке (1, 2 семестр);
- Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности (1, 2 семестр);
- Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований (1, 2 семестр);
- Б1.В.10 Технология переговорного процесса (3 семестр).

Практики (блок 2):

- Б2.В.04 (Пд) Производственная практика, преддипломная (4 семестр).

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Краткое изложение содержания статьи, монографии, учебного пособия, включающее указание на адресата текста, – это ...

- **аннотация**
- реферат
- конспект
- рецензия

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Способ речевого воздействия, наиболее актуальный для ситуации академического общения, – это ...

- **доказывание**
- уговаривание
- принуждение
- внушение
- приказ

ЗАДАНИЕ 3: Необязательное требование среди требований, предъявляемых к речи научных произведений:

А – точность.

Б – ясность.

В – эмоциональность.

ЗАДАНИЕ 4. Краткий доклад или презентация по определённой теме, где собрана информация из одного или нескольких источников.

А – реферат

Б – статья.

В – эссе.

ЗАДАНИЕ 5. Круг проблем, образующих произведения, это...

А – проблема

Б – тема.

В – рема.

ЗАДАНИЕ 6. Какой этап не входит в процесс работы редактора над рукописью:

- критический анализ текста
- оценка текста
- исправление текста
- **разработка темы текста**

Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности

ЗАДАНИЕ 7. Укажите неверное утверждение:

- Деловое письмо должно кратко и логически последовательно излагать существо дела
- Рекламационное письмо содержит претензию
- **В рекламационном письме содержится информация рекламного характера**

ЗАДАНИЕ 8: В России:

- А – наряду с русским языком существуют языки, которые считаются официальными.**
- Б – только русский язык считается официальным.
- В – национальный язык того или иного региона считается официальным.

ЗАДАНИЕ 9: Синтаксис научной речи предполагает, что:

А – в текст доминирует неформально-логический способ изложения материала.

Б – все компоненты (простые и сложные) текста, как правило, очень тесно связаны друг с другом, каждый последующий вытекает из предыдущего или является следующим звеном в повествовании или рассуждении.

В – в тексте наличествует большое количество существительных с абстрактным значением, а также отглагольных существительных.

ЗАДАНИЕ 10. Какая ошибка допущена в операции логического деления в следующем предложении: "Редакторы бывают научные, технические, художественные и редакторы с ученой степенью":

- несоразмерное деление с недостающими членами
- несоразмерное деление с излишними членами
- **при делении используются разные логические основания**
- члены деления не исключают друг друга

ЗАДАНИЕ 11. Какой тип отношений наблюдается между понятиями "флексия" и "окончание":

- **тождества**
- подчинения (включения)
- перекрещивания
- исключения (внеположенности)

ЗАДАНИЕ 12. К какому виду текстов по способу изложения относится следующее сообщение: "Ни один материальный объект не может существовать только в пространстве и не быть во времени или быть во времени и не находиться в пространстве. Всегда и везде любое тело существует как в пространстве, так и во времени. Это значит, что пространство и время органически связаны друг с другом":

- описание
- повествование

- **рассуждение**
- определение

ЗАДАНИЕ13. Какая функция заголовка медиатекста реализуется невербальными средствами:

- **графически-выделительная**
- номинативная
- информационная
- экспрессивно-оценочная

ЗАДАНИЕ14. Какой недостаток содержится в следующем определении: "Александр Николаевич Островский – автор пьесы "Гроза":

- определение содержит "порочный круг"
- оно слишком широкое
- **оно слишком узкое**
- оно только отрицательное

ЗАДАНИЕ 15. Какой недостаток содержится в следующем определении: "Федор Михайлович Достоевский – великий русский писатель":

- определение содержит "порочный круг"
- **оно слишком широкое**
- оно слишком узкое
- оно только отрицательное

ЗАДАНИЕ 16. Из трех предложений с различными ошибками выберите одно с синтаксической ошибкой:

- Двое ректоров вообще сразу после появления в СМИ информации о письме заявили, что ничего не подписывали, а остальные тоже стараются публично не светиться.
- Раньше жаловаться на фальсификации было куда сложнее – только лично по приезду в жилинспекцию или районную администрацию.
- **25-летний житель Омска получил приговор сроком в один год условно от суда, который жестоко убил собаку своей соседки.**

ЗАДАНИЕ 17. Из трех предложений с различными ошибками выберите одно с морфологической ошибкой:

- Главной же, неотъемлемой характеристикой деятельности является её осознанный характер.
- Главным приоритетом, конечно же, должен стать человек.
- **Один тапок после танцевального кульбита приземлился на ковер, другой – прямо в игрушки.**

ЗАДАНИЕ 18. Из трех предложений с различными ошибками выберите два с лексическими ошибками:

- **Одним из самых популярных стал пост, в котором в TikTok описан необычный феномен.**
- Жить стало лучше, но не менее труднее.
- **В галерее прошла выставка современных российских художников...**

ЗАДАНИЕ 19. Из трех предложений с различными ошибками выберите одно с фразеологической ошибкой:

- Бывший форвард «Спартака» назвал свой самый лучший матч в составе красно-белых.
- **В три месяца родители девочки забили в колокола: их дочка не поднимала голову, а затем и не начала переворачиваться.**
- Заведующий детского хирургического отделения отметил уменьшение количества заболевших коронавирусом.

ЗАДАНИЕ 20. Какой из законов логики нарушен в следующем тексте: "Благодаря дружным усилиям людей и подоспевшей технике очаг пожара удалось ликвидировать. Дом полностью уничтожен пожаром":

- закон тождества
- **закон противоречия**
- закон исключённого третьего
- закон достаточного основания

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа: что влияет на развитие языка?

- Изменения в системе языка определяются только социальными причинами.
- Изменения в системе языка порождаются только внутрисистемными отношениями.
- **Проблема развития языка связана и с внутренними законами развития, и с действием внешних факторов.**

ЗАДАНИЕ 22. Какую форму общественного сознания обслуживает официально-деловой стиль речи:

- политика
- искусство
- экономика
- **право**

ЗАДАНИЕ 23. Укажите жанры официально-делового стиля речи (2 варианта ответа):

- аналитическая статья
- **заявление**
- заметка
- беседа
- тезисы
- спор
- **доверенность**

ЗАДАНИЕ 24. Укажите жанры научного стиля речи (2 варианта ответа):

- **тезисы**
- заявление
- **диссертация**
- беседа
- корреспонденция

ЗАДАНИЕ 25. Укажите функции научного стиля речи (2 варианта ответа):

- **информационная**
- **когнитивная**
- воздействующая
- коммуникативная
- эстетическая

ЗАДАНИЕ 26. Какое из высказываний принадлежит официально-деловому стилю речи:

- Роняет лес багряный свой убор.
- **Довожу до вашего сведения, что в селе Егорове вчера горел лес.**
- У нас самые низкие цены на лес.
- Необходимо сделать все для того, чтобы люди бережно относились к лесу.
- Лес – наше достояние, наша гордость.
- Лес – самый верный помощник в борьбе за урожай.

ЗАДАНИЕ 27. Какое высказывание относится к научному стилю речи:

- Доводим до вашего сведения, что вчера над районным центром пронеслась сильная гроза, продолжавшаяся около часа.
- **Гроза – атмосферное явление, заключающееся в электрических разрядах между облаками и земной поверхностью**
- Как передаёт наш корреспондент, вчера над Воронежской областью прошла небывалой силы гроза.
- Люблю грозу в начале мая, когда весенний, первый гром, как бы резвяся и играя, грохочет в небе голубом.

ЗАДАНИЕ 28. Укажите неверное определение значения слова.

- Пресс-релиз – сообщение для прессы, подготовленное организацией.
- Локдаун – строгая изоляция, запретительные меры, связанные с ЧП.
- **Перфекционист – человек, старающийся делать работу очень хорошо и презирующий людей, которые её делают, на его взгляд, плохо.**
- Апгрейт – модернизация, усовершенствование чего-л., замена старого на новое, с лучшими характеристиками.
- Вебинар – лекция, презентация, семинар, проводимые в режиме видеоконференции.
- Гаджет – современное портативное устройство, призванное облегчить жизнь человека (например, мобильный телефон).

Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке

ЗАДАНИЕ 29. Choose the correct alternative to complete your answers in the job interview.

(Выберите правильный вариант из предложенных для ответа на собеседовании при приеме на работу.)

I ... to start looking for a new job.

- **have just decided**
- decide
- will decide

ЗАДАНИЕ 30. Choose the correct alternative to complete your answers in the job interview.

(Выберите правильный вариант из предложенных для ответа на собеседовании при приеме на работу.)

I think I ... all necessary skills and experience.

- had
- had got
- **have**

ЗАДАНИЕ 31. Choose the correct alternative to complete your answers in the job interview.

(Выберите правильный вариант из предложенных для ответа на собеседовании при приеме на работу.)

Well, I ... the qualifications you are looking for.

- **have got**
- had got
- will have

ЗАДАНИЕ 32. Your friend is preparing a conference poster. Give him or her advice choosing the right answer.

(Ваш друг готовит постерную презентацию на конференцию. Дайте ему совет, выбрав правильный ответ из предложенных вариантов.)

Use ... colours for different kinds of information in the poster.

- **different**
- similar
- neutral

ЗАДАНИЕ 33. Match a sentence from a presentation with the correct category.

(Укажите категорию, к которой относится предложение.)

I'm now nearing the end of my talk...

- Summarizing the main points
- Recommending or suggesting something
- **Signaling the end of the presentation**
- Inviting questions

Б.1.В.10 Технология переговорного процесса

ЗАДАНИЕ 34. Спор, преследующий целью отстоять свою точку зрения, это:

- **полемика**
- дискуссия
- переговоры
- дебаты

ЗАДАНИЕ 35. Деловой стиль, характеризующийся вниманием к состоянию собеседника, это:

- энергичный стиль
- **эмоциональный стиль**
- творческий стиль
- методический стиль

ЗАДАНИЕ 36. Вид слушания с обратной связью к собеседнику, это:

- **рефлексивное слушание**
- нерефлексивное слушание

ЗАДАНИЕ 37. Приведение в качестве доводов известных афоризмов – это...

- сильные аргументы
- **слабые аргументы**
- несостоятельные аргументы

ЗАДАНИЕ 38. Деловой стиль, представитель которого характеризуется многословием:

- энергичный стиль
- **методический стиль**
- творческий стиль

ЗАДАНИЕ 39. Ваши слушатели затеяли дискуссию. Кому вы предоставите слово первому:

- **вашему стороннику**
- вашему противнику
- воздержавшемуся

ЗАДАНИЕ 40. Выводы, подтвержденные экспериментальной проверкой – это...

- **сильные аргументы**
- слабые аргументы
- несостоятельные аргументы

ЗАДАНИЕ 41. Тактический прием, при котором в формулировку позиции включаются пункты, которые потом можно будет безболезненно снять, формируя впечатление, что это является уступкой.

- **Завышение требований**
- Расстановка ложных акцентов в собственной позиции
- Прием пакетирования
- Выдвижение требований по нарастающей

ЗАДАНИЕ 42. Спор, в ходе которого участвуют все присутствующие – это....

- **массовый спор-полилог**
- групповой спор-полилог
- диалог
- монолог

ЗАДАНИЕ 43. В чем суть тактического приема «Выжидание»?

- **участник переговоров сначала старается выслушать мнение оппонента, а лишь затем сформулировать собственную позицию.**
- участник переговоров выдвигает новые требования в самом конце переговоров, когда все вопросы уже решены.

ЗАДАНИЕ 44. Какие функции выполняют вопросы в ходе переговорного процесса?

- выяснить точку зрения оппонента;
- продемонстрировать слабость позиции оппонента;
- **выяснить точку зрения оппонента и продемонстрировать слабость позиции оппонента.**

ЗАДАНИЕ 45. Аргументация, построенная по принципу от общего к частному, от изложения отдельных фактов к общему выводу

- Дедуктивная
- **Индуктивная**
- Нисходящая
- Восходящая

ЗАДАНИЕ 46. Противоречие и разногласие –это ...

- тождественные понятия
- **нетождественные понятия**

ЗАДАНИЕ 47. Опровержение – это ...

- **рассуждение, направленное против выдвинутого тезиса и имеющее своей целью установить его ложность или недоказанность**
- рассуждение, направленное против выдвинутого тезиса и имеющее своей целью установить его ложность
- рассуждение, направленное против выдвинутого тезиса и имеющее своей целью установить его недоказанность

ЗАДАНИЕ 48. В критически настроенной аудитории более эффективна:

- односторонняя аргументация
- **двусторонняя аргументация**
- индуктивная аргументация

ЗАДАНИЕ 49. Индуктивная аргументация более эффективна:

- в мужской аудитории
- **в женской аудитории**
- **в молодежной аудитории**
- в аудитории старшего возраста

ЗАДАНИЕ 50. Перефразирование – это прием

- нерефлексивного слушания
- **рефлексивного слушания**
- Рефлексивного и нерефлексивного слушания

ЗАДАНИЕ 51. Нисходящая аргументация более эффективна

- в заинтересованной аудитории
- **в незаинтересованной аудитории**
- **В слабо подготовленной аудитории**
- В хорошо подготовленной аудитории

ЗАДАНИЕ 52. Как называются переговоры, участники которых «зациклены» на так называемых позициях?

- Партнерские переговоры
- Гарвардский метод ведения переговоров
- **Позиционный торг**

ЗАДАНИЕ 53. Что такое опровержение демонстрации?

- **выявление того, что тезис противоположной стороны логически не вытекает из аргументов.**

- Демонстрация ложности приводимых аргументов
- опровержение ложного тезиса фактами.
- выведение из опровергаемого утверждения следствий, противоречащих истине

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке

ЗАДАНИЕ 1. Write the following words in the correct order to make a question you may be asked while being interviewed. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы составить вопрос, который вам могут задать во время собеседования. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

this Why want job do you ?

Ответ: Why do you want this job?

ЗАДАНИЕ 2. Write the following words in the correct order to make a question you may be asked while being interviewed. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы составить вопрос, который вам могут задать во время собеседования. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

company What about do you know our ?

Ответ: What do you know about our company?

ЗАДАНИЕ 3. Write the following words in the correct order to ask a conference presenter a question. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос выступающему на конференции. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

difficult in What most your is the research ?

Ответ: What is the most difficult in your research?

ЗАДАНИЕ 4. Write the following words in the correct order to ask a conference presenter a question. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос выступающему на конференции. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

difficult in What most your is the research ?

Ответ: What is the most difficult in your research?

ЗАДАНИЕ 5. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Linda is very clever, isn't she?'

'Yes, I've heard that she (know) four foreign languages.'

Ответ: knows

Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности

ЗАДАНИЕ 6. Назовите активный процесс в современной лексикологии, благодаря которому создаются смягченные словоформы для агрессивно жестких или табуированных лексем:

- инвалид – лицо с ограниченными возможностями;
- негр – афроамериканец;
- наркоманы, гомосексуалисты и др. – группы повышенного риска;
- сокращение штата – оптимизация и т.п.

Процесс называется

Ответ: эвфемизация / эвфемизацией

ЗАДАНИЕ 7. Назовите активный процесс в современном словообразовании, благодаря которому новые слова образуются от словосочетаний «прилагательное + существительное» с помощью суффикса -к-: подземный транспорт – подземка; ветряная оспа – ветрянка; персональное дело – персоналка – это ...

Ответ: универбализация

ЗАДАНИЕ 8. Соотнесите понятия со значением «тип речевого поведения» с особенностями речи представителей каждого типа:

1. Натуральный тип
2. Функционально-регистрационный тип
3. Промежуточный (смешанный) тип

Варианты для выбора:

- a. Речь с преднамеренным сознательным использованием просторечных единиц с определенными коммуникативно-прагматическими элементами
- b. Речь малограмотных людей, с низким уровнем культуры;
- c. Речь со спонтанным, частично-контролируемым, социально-обусловленным использованием просторечия недостаточно образованными носителями русского языка

Ответ: 1 – b, 2 – a, 3 – c

ЗАДАНИЕ 9. Зафиксированная на каком-либо материальном носителе человеческая мысль; в общем плане связанная и полная последовательность символов.

Ответ: текст.

ЗАДАНИЕ 10: Статья как академический текст относится к группе первичных или вторичных жанров?

Ответ: статья – это первичный жанр.

ЗАДАНИЕ 11: Процесс профессиональной деятельности, связанный с подготовкой к выпуску научного издания.

Ответ: редактирование.

ЗАДАНИЕ 12. Укажите, какой закон языка характеризует такое явление, как замена материализованного окончания на нулевое у существительных в родительном падеже множественного числа (например: *нет чулок, много англичан* и т. п.)

Ответ: (закон) речевой экономии

ЗАДАНИЕ 13. Подсистемой русского национального языка является просторечие. Как называется разновидность просторечия, которой пользуются малообразованные люди?

Ответ: социальное просторечие

ЗАДАНИЕ 14. Запишите, как называется разновидность просторечия, которая используется носителями языка сознательно, для придания речи особой выразительности путем грубого снижения:

Ответ: функционально-стилистическое просторечие

ЗАДАНИЕ 15. Образование таких слов, как *интим, прикид, распил, безнал, отпад* – это активный процесс в современном словообразовании. Запишите, как называется данный способ словообразования: (ответ напишите строчными буквами в именительном падеже)

Ответ: нулевая суффиксация

ЗАДАНИЕ 16. Какое нарушение в сфере публичной коммуникации содержится в рекламном тексте: «Акция! 2-ая кастрация бесплатно! Приведи друга (ветклиника)»? (ответ напишите строчными буквами в именительном падеже)

Ответ: лингвоэтическая ошибка

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 17. Краткая запись содержания научного исследования в виде основных, сжато сформулированных положений – это ...

Ответ: тезисы

ЗАДАНИЕ 18. Часть магистерской диссертации, в которой суммируются результаты научной работы называется ... (ответ напишите строчными буквами в именительном падеже)

Ответ: заключение

ЗАДАНИЕ 19. Вставьте пропущенное прилагательное в нужной форме. Жанр «распоряжение» относится к <...> стилю речи.

Ответ: официально-деловому

ЗАДАНИЕ 20. Вставьте пропущенное прилагательное в нужной форме. Жанр «выпускная квалификационная работа» относится к <...> стилю речи.

Ответ: научному

Б.1. В.10 Технология переговорного процесса

ЗАДАНИЕ 21. Что такое переговоры?

Ответ: спор с целью достижения согласия

ЗАДАНИЕ 22. Как называются переговоры, участники которого зафиксированы на позициях?

Ответ: позиционный торг

ЗАДАНИЕ 23. Какая полемическая уловка использована в приведенном примере?

Вы, как человек умный, конечно, согласитесь, что проблема экологии является актуальнейшей проблемой сегодняшнего дня.

Ответ: подмазывание аргумента

ЗАДАНИЕ 24. Какой вид отказа реализуется в следующем примере: мне очень жаль, но я не смогу этого сделать

Ответ: отказ-сожаление

ЗАДАНИЕ 25. Какой вид отказа реализуется в следующем примере: я вынужден отказаться от этого предложения

Ответ: отказ-вынужденность

ЗАДАНИЕ 26. Какой вид отказа реализуется в следующем примере: боюсь, что это невозможно.

Ответ: отказ-опасение

ЗАДАНИЕ 27. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: Несколько вопросов предлагаются к рассмотрению в виде «пакета», т.е. обсуждаются не отдельные вопросы, а весь комплекс в целом. В «пакете» могут быть увязаны как привлекательные, так и непривлекательные для оппонента предложения (но выигрышные для нас). Если оппонент крайне заинтересован в привлекательной для него части комплекса, то высока вероятность того, что он согласится на «пакет» в целом.

Ответ: прием пакетирования

ЗАДАНИЕ 28. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: В результате переговоров вырабатывается решение, в формулировку которого одна из сторон «заложила» двойной смысл, оставшийся незамеченным оппонентом. Затем соглашение трактуется в своих интересах без нарушения сути.

Ответ: двойное толкование

ЗАДАНИЕ 29. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: Одна из сторон выдвигает требование, нежелательное для оппонента и безразличное для себя. Цель – получить уступку в обмен на то, что это требование будет снято.

Ответ: вымогательство

ЗАДАНИЕ 30. Как называется тактический прием переговорного процесса, суть которого заключается в медленном приоткрывании собственной позиции с целью затянуть переговоры и получить как можно больше информации от другой стороны.

Ответ: салями

ЗАДАНИЕ 31. Как называется спор с целью выявления истины?

Ответ: дискуссия

ЗАДАНИЕ 32. Как называется спор с целью отстоять свое мнение?

Ответ: полемика

ЗАДАНИЕ 33. Как называется способ аргументации, при котором сила аргументов уменьшается от начала к концу аргументации?

Ответ: Нисходящая (или убывающая)

ЗАДАНИЕ 34. Как называется способ аргументации, при котором излагаются и аргументы «ЗА», и аргументы «ПРОТИВ»?

Ответ: двусторонняя

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке

ЗАДАНИЕ 1. Read the text below and give it a title in English. Mind the spelling.

(Прочитайте текст и придумайте к нему заголовок на английском языке. Следите за правописанием.)

One of the most difficult decisions is choosing what to do for a living. For example, do you want to follow a definite career and earn a low salary at the beginning, but have good prospects in a company that trains its staff? Or are you more interested in taking any kind of work, because you need an income? You may have to face up to the fact that a good job can be difficult to find. In that case, why not take a temporary one? You will gain some useful experience. Remember that even if you have the right qualifications, you may have to fill in lots of application forms before you are asked to attend an interview.

Примеры ответа:

1) Choosing a job

2) Making a job decision

Критерии оценивания:

- Задание выполнено верно: сформулирован правильный заголовок к тексту, отражающий главную идею текста, допускается одна негрубая лексико-грамматическая и/или одна орфографическая ошибка;
- Выполнение задания содержит незначительные ошибки: сформулирован правильный заголовок к тексту, отражающий главную идею текста, допускается не более двух лексико-грамматических ошибок и/или не более двух орфографических ошибок;
- Задание не выполнено или выполнено неверно: заголовок не отражает главной идеи текста, допущено более двух лексико-грамматических ошибок и/или более двух орфографических ошибок.

ЗАДАНИЕ 2. Read the text below and write the main idea of the text in 1-2 sentences in English. Mind the spelling.

(Прочитайте текст и напишите главную идею текста в 1-2 предложениях на английском языке. Следите за правописанием.)

The Russian Academy of Sciences (RAS) is the highest scientific institution in Russia. The academy sees its major goals in initiating and performing scientific research into the problems of natural, technical, human and social sciences.

The Academy of Sciences was established by Peter the Great in 1724 as part of his push for reform to strengthen Russia. From its earliest days, the Academy carried out mathematical research, which added greatly to the development of calculus, hydrodynamics, mechanics, optics and astronomy. It also made discoveries in various fields, such as chemistry, physics and geology. The 19th century was a time of many more contributions from the Academy.

Примеры ответа:

1) The main idea of the text is to give the reader some information on the Russian Academy of Sciences and its history.

2) This text is about the Russian Academy of Sciences, its history and contributions.

Критерии оценивания:

- Задание выполнено верно: главная идея текста выражена правильно, допускается не более двух негрубых лексико-грамматических ошибок и/или не более двух орфографических ошибок;

- Выполнение задания содержит незначительные ошибки: главная идея текста выражена в целом правильно, допускается не более четырех лексико-грамматических ошибок и/или не более четырех орфографических ошибок;
- Задание не выполнено или выполнено неверно: главная идея текста выражена неверно, понимание главной идеи текста затруднено из-за множества лексико-грамматических и орфографических ошибок.

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 3. Укажите порядок частей магистерской диссертации в виде последовательности цифр. Какая из данных частей не является обязательной для магистерской диссертации. Аргументируйте свой ответ:

1. Основная часть (главы диссертации)
2. Заключение
3. Библиография / список использованной литературы
4. Введение
5. Приложение

Ответ: 41235. Приложение не является обязательной частью, так как в нем магистрант может поместить эмпирический материал, дополнительную информацию.

ЗАДАНИЕ 4. Какие возможные аргументы использовала редакция научного журнала, отказавшая автору в публикации?

Ответ: текст не отличается новизной (изложенные в статье результаты были ранее опубликованы), текст не содержит авторской разработки, нет авторских выводов и рекомендаций.

ЗАДАНИЕ 5. Какие претензии к стилю статьи могут возникнуть у рецензента?

Ответ: публицистичность (эмоциональность) текста.

ЗАДАНИЕ 6. Редактор высказал претензии к форме статьи...

Ответ: возможно, в статье отсутствовала четкая структура изложения; плохая структура – это отсутствие выделенных в нем части на основе логики повествования.

Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности

ЗАДАНИЕ 7. Укажите различие понятий: жаргон – арг – сленг:

Ответ: Понятие «жаргон» используется в широком смысле, а понятие «арг» – в узком. Например, в молодёжный жаргон входит школьное арг (ботаник, пара, контроша, шпора), студенческое арг (препод, стипуха,). К жаргону деклассированных элементов относят воровское арг (расколоться, стукач, урка, пахан)... Сленг – первоначально язык молодёжи. Молодёжный сленг включает в себя язык хиппи, панков, рэпперов и др. Особенностью сленга можно считать наличие в нем американизмов (баксы, герла, бойфренд, пипл, дринкать).

ЗАДАНИЕ 8. Публицистический стиль характеризуется экспрессивным синтаксисом. Назовите не менее трёх средств такого синтаксиса. Укажите функции приведенных средств:

Ответ:

Неполные и эллиптические предложения.

Именительный темы.

Парцелляция.

Присоединительные конструкции.

Риторические вопросы и восклицания.

Параллелизм построения.

Повторы, инверсии.

Экспрессивный синтаксис отражает тенденцию к разговорности, усилению экспрессии за счет сжатости конструкций и их смысловой емкости.

Б.1.В.10 Технология переговорного процесса

ЗАДАНИЕ 9. Какая полемическая уловка использована в приведенном примере?

Все знают, что Александр Александрович Блок родился и воспитывался в высококультурной дворянско-интеллигентской семье.

Ответ: ставка на ложный стыд

ЗАДАНИЕ 10. Охарактеризуйте по структуре следующий вопрос: *Так вы будете это делать или нет?*

Ответ: закрытый (уточняющий), альтернативный

ЗАДАНИЕ 11. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: *Участники переговоров демонстрируют крайнюю заинтересованность в решении какого-либо вопроса, который на самом деле является для них второстепенным. Затем вопрос снимается и таким образом создается видимость уступки.*

Ответ: расстановка ложных акцентов в собственной позиции

ЗАДАНИЕ 12. Какая полемическая уловка использована в следующем примере: *Вот доживете до моих лет, тогда и будете рассуждать*

Ответ: ссылка на свой возраст

ЗАДАНИЕ 13. Как называется полемическая уловка, в ходе которой анализируются не только и не столько доводы, сколько мотивы, которые заставили их высказать (например: «Вы так утверждаете из упорства»)

Ответ: Чтение в сердцах

ЗАДАНИЕ 14. Что такое аргумент?

Ответ: исходное высказывание, необходимое для построения умозаключения

Б.2.В.04 (Пд) Производственная практика (преддипломная)

ЗАДАНИЕ 15. Какой вид интеграции нацелен на согласование различных коммуникативных элементов и координацию коммуникативных мероприятий в пределах отдельных коммуникативных инструментов?

Ответ: вертикальная интеграция

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Период окончания формирования компетенции: 4 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России (1 семестр).

- Практики (блок 2):
 - Б2.В.04 (Пд) Производственная практика, преддипломная (4 семестр).

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Кто НЕ являлся лауреатом Нобелевской премии?

- И. Бродский
- И. Павлов
- М. Горбачев
- **Л. Толстой**

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Кому был установлен первый светский памятник в Москве?

- Юрию Долгорукому
- **Минину и Пожарскому**
- Александру I
- Пушкину А.С.

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Русский социолог Н.Я. Данилевский в книге «Россия и Европа» указывал, что:

- **у России свой специфический путь развития, отличный от Европы**

- Россия и Европа должны консолидироваться для достижения высоких показателей культуры
- Россия является частью европейской культуры
- России никогда не догнать Европу по темпам развития

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

В честь принятия христианства в Киеве был построен каменный храм по аналогии с византийским. Как он назывался?

- **Софийский собор;**
- Дмитровский собор
- Михайловская церковь
- Троицкая церковь

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Какой орден был на Руси высшим?

- Св. Георгия Победоносного
- **Св. Андрея Первозванного**
- Св. Князя Владимира
- Св. Александра Невского

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Какой довод убедил князя Владимира принять христианство в Древней Руси?

- византийское богослужение не требовало больших финансовых затрат
- **византийская церковь разрешала богослужение на национальном языке**
- византийское богослужение соответствовало древнерусским традициям
- византийское богослужение ограничивало в правах женщин

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Кто из художников не входил в «Товарищество передвижных художественных выставок»?

- И. Крамской
- **К. Брюлов**
- И. Репин
- Н.А. Ярошенко

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

В состав группы «Мир искусства» (1899-1904) входили выдающиеся живописцы. Кто именно?

- **А. Бенуа, Л. Бакст, Ю. Сомов**
- И. Шишкин, М. Сарьян, И. Грабарь
- М. Шагал, В. Татлин, П. Филонов
- П. Кузнецов, П. Уткин, А. Матвеев

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Культурная политика решает задачу...

- пропаганды господствующих в обществе ценностей за рубежом
- поддержание среди граждан лояльности по отношению к правительству
- **поддержания и трансляции культуры**
- прогнозирования культурного развития

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Результат погружения в незнакомую культуру неподготовленного посетителя – это

...

- культурная революция;
- культурный взрыв;
- культурный коллапс;
- **культурный шок.**

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Для американской модели финансирования культурной политики характерно:

- **слабая роль государственной власти, основную долю финансирования дают частные спонсоры, фонды и физические лица**
- частное финансирование наряду с государственным и общественным
- определение правительством лишь общей суммы дотаций на культуру и не участие в их распределении, эту функцию осуществляют независимые административные органы, которые, в свою очередь, право распределения финансовых средств передают специальным комитетам и группам экспертов
- доминирующая роль государства в финансировании культуры

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

В какой модели финансирования культурной политики государство, само не слишком щедро субсидируя искусство, стимулирует общество вкладывать средства в некоммерческие организации отрасли культуры?

- **«государство-вдохновитель»**
- «государство-патрон»
- «государство-архитектор»
- «государство-инженер»

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

В какой модели финансирования культурной политики государство определяет лишь общий уровень поддержки культуры, выделяя соответствующие финансовые средства, непосредственным распределением которых между конкретными организациями занимаются независимые от правительства посреднические организации?

- «государство-вдохновитель»;
- **«государство-патрон»;**
- «государство-архитектор»;
- «государство-инженер».

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Русский классик, автор романа «Воскресенье» – ... ?

- **Л.Н. Толстой**
- И.С. Тургенев
- Ф.М. Достоевский
- И.А. Бунин

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Кто является кинорежиссёром, сценаристом, теоретиком искусства, режиссёром ленты «Броненосец Потёмкин»?

- Андрей Кончаловский
- **Сергей Эйзенштейн**
- Александр Довженко
- Сергей Бондарчук.

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Кто является композитором, автором музыки к балетам «Лебединое озеро» и «Щелкучик»?

- Игорь Стравинский
- Петр Чайковский
- **Пётр Чайковский**
- Сергей Прокофьев

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

- Композитор, автор оперы «Иван Сусанин» – ... ?
- Дмитрий Шостакович
- Сергей Рахманинов
- **Михаил Глинка**
- Пётр Чайковский

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Ключевая фигура музыкального модернизма, автор балетов «Жар-птица» и «Петрушка» – ... ?

- **Игорь Стравинский**
- Сергей Рахманинов
- Михаил Глинка
- Дмитрий Шостакович
-

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Общение Древней Руси с Византией способствовало развитию славянской письменности, созданной в IX веке ... на основе греческой азбуки.

- Борисом и Глебом
- **Кириллом и Мефодием**
- Феодосием Курским
- Даниилом Заточником
-

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Первая книга, которую выпустили в Москве Иван Фёдоров и Пётр Мстиславе в 1564 году – ... ?

- «Задонщина»
- **«Апостол»**
- «Библия»
- «Апокриф»

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Выберите культуру, в основе которой лежат особенности природной среды региона, представления об общности происхождения, о совместной исторической практике предков.

- массовая
- древняя
- **этническая**
- элитарная

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

Создание Московского университета, подготовка основ общенационального литературного языка, обоснование ведущей роли науки и просвещения в обществе связано с именем ...

- А.С. Хомякова
- Петра I
- В. О. Ключевского
- **М. В. Ломоносова**

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:

Кто такие меценаты?

- богатые люди
- **людей, которые безвозмездно тратят средства на благотворительность**
- люди, участвующие в проектах учреждений культуры
- лояльные к правительству бизнесмены

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа;

Кто из русских меценатов помогал создавать Московский художественный театр?

- Савва Мамонтов
- **Савва Морозов**
- Алексей Бахрушин
- Сергей Дягилев

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

Укажите период в советской истории, получивший имя по названию повести Ильи Эренбурга.

- Сталинский ампир
- **Оттепель**
- Брежневский застой
- Военный коммунизм

ЗАДАНИЕ 26. Выберите правильный вариант ответа:

Какой русский философ называл культуру России конца 19 – начала 20 вв. «духовным Ренессансом»?

- **Н.А. Бердяев**
- П.А. Флоренский
- В.С. Соловьёв
- Н.Ф. Фёдоров

ЗАДАНИЕ 27. Выберите правильный вариант ответа:

Кому из русских культурологов принадлежит заслуга разработки научного направления «экология культуры»?

- М.М. Бахтин
- А.Я. Флиер
- **Д.С. Лихачёв**
- М.Н. Эпштейн

ЗАДАНИЕ 28. Выберите правильный вариант ответа:

Скульптурный памятник Петру 1, известный как «Медный всадник», создал скульптор ...

- А.М. Опекушин
- И.П. Мартос
- П.К. Клодт

– **Э.М. Фальконе**

ЗАДАНИЕ 29. Выберите правильный вариант ответа:

Что НЕ входит в состав основных направлений деятельности департаментов культуры в РФ?

- Охрана исторического и культурного наследия
- Создание условий для реализации каждым человеком его творческого потенциала
- Обеспечение доступа граждан к знаниям, информации, культурным ценностям и благам
- **Анализ и научное обоснование культуры в её историческом развитии**

ЗАДАНИЕ 30. Выберите правильный вариант ответа:

- Какая характеристика подходит для определения менталитета?
- **Профессиональные качества личности**
- Образ мыслей и особенности мировосприятия
- Врождённые особенности темперамента
- Способность увлечь за собой других людей

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России

ЗАДАНИЕ 1. Как называется процесс приобретения одним народом тех или иных форм культуры другого народа, происходящий в результате их общения?

Ответ: аккультурация.

ЗАДАНИЕ 2. Как назывался первый музей в России, учреждённый Петром 1?

Ответ: Кунсткамера.

ЗАДАНИЕ 3. Укажите не менее 3 наименований праздников, традиции которых уходят в язычество, в наши дни продолжают отмечать?

Пример ответа: Святки, Масленица, день Ивана Купалы.

ЗАДАНИЕ 4. Кого считали на Руси главной покровительницей женщин и материнства?

Ответ: Пресвятая Богородица.

ЗАДАНИЕ 5. Когда в России стали делать первые матрёшки (в ...-х годах)?
(укажите целое число цифрами)

Ответ: 1890

ЗАДАНИЕ 6. При каком правителе в России возникла традиция отмечать Новый год в ночь с 31 декабря на 1 января?

Ответ: при Петре I

ЗАДАНИЕ 7. Сколько объектов материального и нематериального наследия из России входит в список охраняемых объектов ЮНЕСКО?

(укажите целое число цифрами)

Ответ: 29

ЗАДАНИЕ 8. В каком году и где в России состоялся первый киносеанс?
(через запятую укажите год и город проведения киносеанса)

Ответ: 1896, Санкт-Петербург)

ЗАДАНИЕ 9. Какой российский фильм и когда впервые получил Золотую пальмовую ветвь Каннского кинофестиваля?

(через запятую укажите фамилию режиссера ленты, название фильма, год получения премии)

Ответ: Калатозов, Летят журавли, 1958

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России

ЗАДАНИЕ 1. Что символизируют цвета российского флага?

Ответ: Во времена Российской империи белый цвет символизировал свободу, синий — Богородицу, которая своим покровом оберегала всю страну, а красный — державность государства

ЗАДАНИЕ 2. Определите название литературного источника по следующему фрагменту текста:

«Младый шляхтич, или дворянин, ежели в обучении совершен, а наипаче в языках, в конной езде, танцевании, в шпажной битве, и может добрый разговор учинить и в книгах научен, оный может прямым придворным человеком быть... Об одном деле дважды себе приказывать не давай. Охотно ходи в церкви и школы...».

Ответ: Юности честное зерцало

ЗАДАНИЕ 3. О каком культурном явлении идёт речь в тексте времён Петра I?

«Они устроены на манер петербургских, которые, по именному повелению императора, бывают ежегодно зимою. Во-первых, они распределяются между всеми вельможами, но без соблюдения особенного порядка или последовательности; здешний комендант спрашивает или его величество, у кого он прикажет быть собранию, или самих вельмож, когда и как им удобнее, и затем, прежде нежели общество разойдется, объявляет гостям, где им собраться в следующий раз».

Ответ: Ассамблеи

ЗАДАНИЕ 4. Национальный проект «Культура» предполагает «меры, направленные на цифровизацию услуг и формирование информационного пространства. Укажите не менее 3 проявлений этих задач в музее.

Верные проявления, которые могут быть указаны в ответе: оцифровка фондов, создание каталогов коллекции, сайт, включение IT-технологий в экспонирование

ЗАДАНИЕ 5. Приведите примеры российских музеев к каждому типу: краеведческий, литературный, художественный, мемориальный, музей-заповедник, ведомственный, учебный.

Пример ответа: Воронежский областной краеведческий музей, Воронежский областной литературный музей им. И.С. Никитина, музей, Третьяковская галерея, Мемориальный музей-квартира К.А. Тимирязева, Музей-заповедник «Тарханы», Музей истории железной дороги, Музей почв ВГУ

ЗАДАНИЕ 6. Приведите примеры российских театров к каждому типу: музыкальный, драматический, кукольный, детский.

Пример ответа: Мариинский театр, МХАТ им. А.П. Чехова, Государственный академический центральный театр кукол имени С.В. Образцова, РАМТ

ПРИМЕР 7. Проблема состояния русского языка рассматривается как приоритетное направление культурной политики РФ. Укажите не менее 3 действий, в которых это проявляется?

Верный действия, которые могут быть указаны в ответе: повышение уровня грамотности, противодействие иноязычной лексике, сквернословию, обучение на русском языке

ЗАДАНИЕ 8. В чём проявляется система государственных мер, направленных на преодоление культурно-коммуникативной апатии населения?

(укажите не менее 3 примеров принятых мер)

Пример ответа: Пушкинская карта, нацпроекты, гранты

ЗАДАНИЕ 9. Какие инициативы государства ведут к преодолению культурной изоляции?

(укажите не менее 3 инициатив)

Верные инициативы, которые могут быть указаны в ответе: проведение фестивалей, обмен выставками, перевод книг, цифровизация культурных коллекций

ЗАДАНИЕ 10. Назовите по 3 имени представителей русской классической традиции и русского авангарда.

Пример ответа: А.С. Пушкин, П.И. Чайковский, И.Е. Репин, В.В. Маяковский, А.Г. Шнитке, К.С. Малевич

ЗАДАНИЕ 11. Приведите не менее 2 примеров привития русской культурной традиции молодёжи?

Пример ответа: знакомство с русской литературной классикой, фольклором; празднование традиционных праздников.

Б1.В.04 (Пд) Производственная практика (преддипломная)

ЗАДАНИЕ 12. Как можно определить сущностную характеристику коммуникационного института рекламы?

Ответ: целенаправленное воздействие на потребителя с помощью средств информации для продвижения товара, услуги, идеи на потребительском рынке.

ЗАДАНИЕ 13. Опишите стандартный четырехэтапный план по разработке и реализации PR-кампании.

Ответ: 1) исследование; 2) планирование; 3) реализация; 4) оценка эффективности.

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Период окончания формирования компетенции: 2 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности (2 семестр);

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Самосознание личности в психологии – это ...

- **осознание индивидом собственных потребностей, способностей, мотивов поведения, мыслей**
- анализ совершенных поступков в разные периоды времени
- установка на прохождение предначертанного жизненного пути
- мера принятия или непринятия индивидом самого себя

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Сведения о том, что выбранная методика действительно измеряет то, для чего она предназначена, содержатся в понятии ...

- надежность
- **валидность**
- репрезентативность
- объективность

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Кто является автором теста структуры интеллекта (TSI)?

- Л.В. Щеба
- **Р. Амтхауэр**
- И.А. Бодуэн де Куртенэ
- А.Мейе

ЗАДАНИЕ 4. Продолжите определение:

Проективный метод – это ...

- группа психодиагностических методик, задания которых представлены в виде вопросов или утверждений, а задачей испытуемого является самостоятельное сообщение о себе в форме ответов
- целенаправленное, особым образом организованное и регистрируемое восприятие наблюдаемого явления
- количественно-качественный анализ документальных и материальных источников, позволяющий изучать продукты человеческой деятельности
- **психодиагностический метод, предназначенный для диагностики личности, для которых характерен в большей мере глобальный подход к оценке личности, а также использование в нем неопределенных стимулов, которые испытуемый должен сам дополнять, интерпретировать, развивать и т.д.**

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Кто является основателем «индивидуальной психологии»?

- З. Фрейд
- К. Юнг
- **А. Адлер**
- М. Вудкок

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Желание человека стать тем, кем он может стать, связывается А. Маслоу с активацией какой потребности?

- самоуважения
- принадлежности и любви
- **самоактуализации**
- познания

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

В психологии под личностью понимается ...

- человек, характеризующийся со стороны своих социально значимых отличий от других людей
- отдельный представитель человеческой общности
- существо, воплощающее высшую ступень развития личности
- **определяемое включенностью в общественные отношения системное качество индивида, формирующееся в совместной деятельности и общении**

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

В рамках какого направления психологии появление дисфункциональных эмоций объясняется не влиянием «активирующих событий», а связывается с наличием иррациональных верований, формулируемых в форме абсолютистских требований или «долженствований»?

- психодинамического
- бихевиорального
- **рационально-эмоциональной психотерапии**
- клиент-центрированной психотерапии

ЗАДАНИЕ 9. Какой из перечисленных факторов является решающим в развитии личности?

- наследственность (задатки)
- среда
- специально организованное воспитание и обучение
- **собственная активность личности (самовоспитание, самообразование)**

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Под саморазвитием в психологии понимают ...

- процесс количественных и качественных изменений унаследованных и приобретенных свойств и качеств личности
- это деятельность и способность личности, связанные с умением организовать себя
- **развитие, обусловленное внутренней активностью личности, характеристика внутренней способности личности к работе над собой, к росту, развитию**
- это процесс формирования целостного, относительно постоянного эмоционального отношения к себе

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Какие умения в системе самоорганизации студентов характеризуют их самостоятельность в приобретении и использовании знаний из различных источников для решения практических задач?

- организационные
- **информационные**
- интеллектуальные
- деловые

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Становление психодиагностики как самостоятельной области знаний происходит в ...

- во второй половине 14 века
- в конце 15 века
- **в начале 19 века**
- в начале 21 века

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

Какой автор рассматривает личность, как совокупность внутренних условий, через которые преломляются все внешние воздействия?

- **С.Л. Рубинштейн**
- И.П. Павлов
- А.С. Макаренко
- В.В. Виноградов.

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Какое направление психотерапии работает с проблемами и невротами клиента через процедуры телесного контакта?

- когнитивно-поведенческое
- гештальт-терапия
- экзистенциальная психология
- **телесно-ориентированное**

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Расхождение между текущим организмическим опытом и Я-концепцией, противоречие между реальным переживанием и тем, как человек себя воспринимает и проявляет, К.Р. Роджерс называет ...

- конфликтом
- **некогруэнтностью**
- неврозом
- низкой осознанностью.

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Эксперимент Вертхеймера, посвященный изучению восприятия кажущегося движения предметов, позволил установить явление, названное ...

- гештальт
- изоморфизм
- **фи-феномен**
- инсайт

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Понятие «локус контроля» в научную терминологию ввел ...

- К. Юнг
- **Дж. Роттер**
- З. Фрейд
- К. Роджерс

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Понятие «Пирамида потребностей» принадлежит ...

- Роджерсу
- **Маслоу**
- Адлеру
- Климову

ЗАДАНИЕ 19. Укажите представителя «постфрейдизма»:

- С. Пинкер
- З. Фрейд
- **Э. Фромм**
- Е. Климов

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Классический психоанализ ...

- опирался на понятие фона и фигуры
- **сделал предметом бессознательные влечения человека**
- ввел в психологию «архитипы»
- ввел в психологию понятие «Пирамида потребностей»

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Метод парадоксальной интенции В. Франкла успешно применяется при работе ...

- **с фобиями**
- с заиканием
- с инфантильностью
- с прокастинацией

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

В чем заключается метод парадоксальной интенции В. Франкла?

- в освоении навыков расслабления за счет дыхания
- в работе с разрешением когнитивного диссонанса
- в концентрации на расслабленности/напряженности отдельных участков собственного тела
- **в попытках человека в случае фобии возжелать то, что составляет суть его опасений**

ЗАДАНИЕ 23. Руководством Вашей компании было принято решение увеличить длительность рабочего дня ваших подчиненных на 1 час без увеличения заработной платы за дополнительное время. Задача донести эту информацию на подчиненных на оперативном совещании таким образом, чтобы оно было принято положительно. Какой из ответов считается наиболее приемлемым и правильным?

Ответы руководителей:

- Руководитель 1. Уважаемые коллеги! У меня для вас не очень приятная новость. Для решения оперативных задач нам необходимо поработать более напряженно, чем обычно. В связи с этим, начиная с сегодняшнего дня на работе нужно оставаться на час дольше. Эта мера временная, вопрос дополнительной оплаты будем обсуждать с руководством по итогам нашей работы. Я также остаюсь на работе вместе с Вами анализировать то что мы наделали за день придется вечером, так что я буду на работе практически до ночи, кто хочет остаться дольше – присоединяйтесь!
- Руководитель 2. На общем собрании: «Довожу до Вашего сведения, что был сделан расчет специалистами, на основании которого для дальнейшей прибыльной работы Общества необходимо увеличить длительность рабочего дня нашего отдела на 1 час без увеличения заработной платы за дополнительное время. При продолжении работы в настоящем режиме нас ждёт отрицательный доход и в дальнейшем – ликвидация Общества. Я надеюсь, что увеличение длительности рабочего времени будет временным на 3-6 месяцев и наше Общество выйдет в ближайшее время из затруднительного положения. В нашем отделе работают порядочные сотрудники, на взаимовыручку которых руководство Общества надеется. Готова ответить на Ваши вопросы, предложения
- **Руководитель 3. Добрый день, коллеги! С завтрашнего дня мы будем с вами видаться чаще, общаться и обсуждать производственные вопросы активней и больше, и на это у нас есть 1 дополнительный рабочий час. И это все благодаря не переходу на «летнее» время. А исключительно во благо процветания нашей компании. Рабочее время увеличится, зарплата нет, но усилиями нашего сплоченного коллектива мы улучшим результаты нашей работы и заработаем богатую премию.**

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:

Выделение себя из среды; осознание себя, как субъекта, автономного от физической и социальной среды; осознание своего внутреннего опыта – это критерии...

- **самосознания**
- самооценки
- саморегуляции
- самоконтроля

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

Какая основная функция самооценки в психической жизни личности?

- осознание своего внутреннего опыта

- **выступает необходимым внутренним условием регуляции поведения и деятельности личности**
- защищает уникальность личности от угрозы ее нивелирования
- обеспечивает потребность человека в признании себя обществом

ЗАДАНИЕ 26. Выберите правильный вариант ответа:

Согласно гуманистическим теориям самореализация тесно связана ...

- с комплексом превосходства
- **с самоуважением**
- с переоценкой собственного «Я»
- со способностью любить

ЗАДАНИЕ 27. Укажите лишнее свойство личности:

- активность
- **реактивность**
- направленность
- самосознание

ЗАДАНИЕ 28. Выберите правильный вариант ответа:

В рамках какой теории личность представляется как совокупность поведенческих реакций?

- **бихевиоризм**
- психоанализ
- экзистенциализм
- гуманизм

ЗАДАНИЕ 29. Выберите правильный вариант ответа:

С точки зрения экзистенциальной психологии при наличии у человека отсутствия интереса к жизни, наличия у него апатии, работу желательно вести в направлении ...

- приобретения навыков проявления агрессии
- развития самооценки
- развития коммуникативной компетентности;
- **освобождения способности желать и облегчения проявления воли**

ЗАДАНИЕ 30. Выберите правильный вариант ответа:

Если при самонаблюдении Вы отметили бы у себя те или иррациональные убеждения, выделенные А. Эллисом, к какой из указанных моделей работы Вы бы обратились для их проработки ...

- **А-В-С (активирующее событие–иррациональное убеждение–эмоциональные или поведенческие паттерны)**
- биопсихосоциальной
- модели последовательной или рационализирующей личности
- структурной модели личности

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности

ЗАДАНИЕ 1. Вставьте пропущенный термин в соответствующем падеже (строчными буквами):

Акт взаимодействия человека с окружающей средой в гештальт-терапии называется ...

Ответ: контактом

ЗАДАНИЕ 2. Вставьте пропущенный термин (словосочетание) в соответствующем падеже (строчными буквами):

В концепции А. Бека быстрые оценочные суждения, слова, образы, возникающие ненамеренно и спонтанно, называются ...

Ответ: автоматическими мыслями

ЗАДАНИЕ 3. Укажите четыре варианта подхода к определению самоорганизации личности.

(ответ запишите строчными буквами через запятую)

Ответ: личностный, деятельностный, интегрированный, технический

ЗАДАНИЕ 4. Что может стать причиной психических заболеваний, по мнению З. Фрейда?

(ответ запишите строчными буквами)

Ответ: комплексы

ЗАДАНИЕ 5. Расшифруйте аббревиатуру техники СМЭР, разработанной в рамках когнитивно-поведенческой психотерапии.

(ответ запишите строчными буквами через запятую)

Ответ: ситуация, мысль, эмоция, реакция

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности

ЗАДАНИЕ 1. Вам необходимо провести психологическое исследование сотрудников компании и определить их самооценку для того, чтобы определить качества, которые помогут им в профессиональном развитии. Какой психодиагностической методикой Вы воспользуетесь и почему?

Ответ: Методикой Будасси, анализ результатов которой позволит определить «Я-концепцию», среднее значение «Я-реального» и «Я-идеального» сотрудников компании. Именно «Я-концепция» влияет на выбор типа поведения человека, который, в свою очередь, и определяет направление деятельности, поступки и коммуникации. Методика Будасси позволяет определить уровень самооценки и, на основе этих знаний, корректировать свои поступки и решения. В профессиональной жизни сотрудников адекватная оценка персонала – залог успешной карьеры и качественно выполненных проектов.

ЗАДАНИЕ 2. Клиент переживает горе или утрату. Он рассчитывает на то, что после консультации ему станет хоть немного легче, а консультант будет стараться облегчить его горе. Однако, облегчение эмоционального состояния не наступило. Означает ли это, что цели психологического консультирования не достигнуты? Обоснуйте ответ.

Ответ: Основной целью консультанта, может и не быть облегчение эмоционального состояния и более того, клиент может начать переживать свои проблемы острее и болезненней, поскольку в некоторых случаях ощущение собственной ответственности, приходящей вместе с пониманием ситуации, может не являться лёгким или приятным переживанием.

ЗАДАНИЕ 3. Уже больше года Вы являетесь руководителем рабочей группы. Окружающие в последнее время Вам говорят о том, что Вы изменились, стали раздражительны. Да и сами замечаете, что стали повышать голос на подчиненных,

иногда прибегаете к оскорблениям. Диагностику каких личностных особенностей и с помощью каких методик можно было бы провести, чтобы понять суть произошедших изменений?

Ответ: Возможна диагностика агрессивности с помощью опросника Басса-Дарки, тревожности с помощью опросника Ч.Д. Спилбергера в адаптации Ю.Л. Ханина и др.

ЗАДАНИЕ 4. В последнее время Вы замечали, что сталкиваетесь с неверием в себя при поступлении новых профессиональных и жизненных задач. Какой психодиагностической методикой Вы можете воспользоваться для констатации собственной самооценки? Обоснуйте ответ.

Ответ: Можно воспользоваться методикой исследования самооценки личности С.А. Будасси. От самооценки зависит взаимоотношение человека с другими людьми, требовательность человека самого к себе, то, как человек относится к успехам и неудачам, тем самым самооценка влияет на эффективность деятельности человека и дальнейшее развитие его личности. Методика С.А. Будасси позволит определить уровень собственной самооценки и на основе этих знаний скорректировать свои поступки и решения.

ЗАДАНИЕ 5. В. Франкл, узник нацистского концлагеря выжил, помимо прочего, благодаря ежедневной несложной гигиенической процедуре. Почему это «работало»?

Ответ: это выступило побуждающим мотивом и выступало одним из стимулов для саморазвития

ЗАДАНИЕ 6. Вас назначили руководителем проекта. Вам необходимо набрать команду и организовать работу в ней. Какие идеи, принципы гуманистической психологии позволят Вам создать благоприятный социально-психологический климат в команде, предполагающий уважение и принятие ее участниками друг друга?

Ответ: Перечислим некоторые принципы, опора на которые, позволит создать благоприятный социально-психологический климат в команде:

- 1) концепция становления личности (личность всегда в движении и меняется в каждый момент времени, но при этом полностью ответственна за качество этих перемен);
- 2) уникальность каждого человека (каждый обладает только ему присущими чертами, особенностями характера и уникальным личным опытом);
- 3) гуманизм (природа личности сама по себе добродетельна или, по крайней мере нейтральна, а негативные проявления обусловлены неудовлетворенными базовыми потребностями).

Возможна опора на идеи А. Маслоу о сути самоактуализации и условиях ее реализации. Самоактуализация – это процесс осуществления человеком на протяжении всей жизни своих возможностей с целью стать полноценно функционирующей личностью. Самоактуализация активируется при удовлетворении всех остальных потребностей выделенной иерархии А. Маслоу: физиологических, безопасности, общения, потребности уважения и признания.

ЗАДАНИЕ 7. Представьте, что человеку присущи тревога, связанная со смертью и свободой. Он их полностью не осознает и пытается справиться с ними самостоятельно. Предположите, как это будет проявляться в его жизни, мировоззрении, деятельности? В своих размышлениях опирайтесь на экзистенциальную психологию И. Ялома.

Ответ: защита от тревоги, связанной со смертью, может проявляться в ощущении собственной исключительности (особенно присуща детям или инфантильным личностям) и вере в спасителя. Защита от тревоги, связанной со свободой, может проявляться в уклонении от автономного поведения, отрицании ответственности, переносе ответственности на других или же патологическом проявлении воли при принятии решения, компульсивности и др.

ЗАДАНИЕ 8. В условиях необходимости смены места работы Вам требуется оценить свое отношение к окружающей действительности, своему опыту и грядущим перспективам. Какую психодиагностическую методику Вы можете использовать для этой цели и почему?

Ответ: Методику, направленную на оценку отношения личности ко времени, а именно «Опросник временной перспективы Зимбардо», так как благодаря этой методике можно проанализировать 5 факторов:

- фактор восприятия негативного прошлого как степень неприятия собственного прошлого;
- фактор восприятия позитивного прошлого как степень принятия собственного прошлого, при котором любой опыт является опытом, способствующим развитию и приведшим к сегодняшнему состоянию;
- фактор восприятия гедонистического настоящего, при котором настоящее видится оторванным от прошлого и будущего, единственная цель – наслаждение;
- фактор восприятия фаталистического настоящего, при котором оно видится независимым от воли личности, изначально предопределённым, а личность – подчинённым судьбе.

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

Период окончания формирования компетенции: 2 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке (1, 2 семестр)
- Б1.О.02 Разработка и реализация коммуникационной стратегии (2 семестр)
- Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности (1, 2 семестр)

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке

ЗАДАНИЕ 1. Choose the correct alternative to complete your answers in the job interview.

(Выберите правильный вариант из предложенных для ответа на собеседовании при приеме на работу.)

I don't ... working late or at weekends.

- **mind**
- think
- need

ЗАДАНИЕ 2. Choose the correct alternative to complete your answers in the job interview.

(Выберите правильный вариант из предложенных для ответа на собеседовании при приеме на работу.)

I am also good ... coming up with new ideas and suggesting alternative solutions.

- in
- **at**
- on

ЗАДАНИЕ 3. Choose the correct alternative to complete your answers in the job interview.

(Выберите правильный вариант из предложенных для ответа на собеседовании при приеме на работу.)

In my free time I prefer reading books and listening ... music.

- at
- **to**
- for

ЗАДАНИЕ 4. Choose the correct alternative to complete your answers in the job interview.

(Выберите правильный вариант из предложенных для ответа на собеседовании при приеме на работу.)

I ... speak several foreign languages.

- may
- might
- **can**

ЗАДАНИЕ 5. Choose the correct alternative to complete your answers in the job interview.

(Выберите правильный вариант из предложенных для ответа на собеседовании при приеме на работу.)

Salary is important for me ... it is not the main point.

- **but**
- so
- as

ЗАДАНИЕ 6. Choose the correct alternative to complete your answers in the job interview.

(Выберите правильный вариант из предложенных для ответа на собеседовании при приеме на работу.)

Although I am not a programmer I have ... computer skills.

- irrelevant
- **necessary**
- insignificant

ЗАДАНИЕ 7. Choose the correct alternative to complete your answers in the job interview.

(Выберите правильный вариант из предложенных для ответа на собеседовании при приеме на работу.)

I am quite ... and can easily work in a team.

- **sociable**
- boring
- reserved

ЗАДАНИЕ 8. Your friend is preparing a conference poster. Give him or her advice choosing the right answer.

(Ваш друг готовит постерную презентацию на конференцию. Дайте ему совет, выбрав правильный ответ из предложенных вариантов.)

Give your poster a title which ... the main idea.

- writes
- **summarizes**
- rejects

ЗАДАНИЕ 9. Your friend is preparing a conference poster. Give him or her advice choosing the right answer.

(Ваш друг готовит постерную презентацию на конференцию. Дайте ему совет, выбрав правильный ответ из предложенных вариантов.)

The key ... of your poster should be understandable without any extra explanation.

- **points**
- documents
- books

ЗАДАНИЕ 10. Your friend is preparing a conference poster. Give him or her advice choosing the right answer.

(Ваш друг готовит постерную презентацию на конференцию. Дайте ему совет, выбрав правильный ответ из предложенных вариантов.)

Do not forget to ... your name and contact information.

- **include**
- exclude
- draw

ЗАДАНИЕ 11. Your friend is preparing a conference poster. Give him or her advice choosing the right answer.

(Ваш друг готовит постерную презентацию на конференцию. Дайте ему совет, выбрав правильный ответ из предложенных вариантов.)

Use charts and ... as much as possible to make your poster attractive.

- papers
- **diagrams**
- documents

ЗАДАНИЕ 12. Your friend is preparing a conference poster. Give him or her advice choosing the right answer.

(Ваш друг готовит постерную презентацию на конференцию. Дайте ему совет, выбрав правильный ответ из предложенных вариантов.)

Leave plenty of white space around each section to make them stand out ... vividly.

- **more**
- less
- most

ЗАДАНИЕ 13. Your friend is preparing a conference poster. Give him or her advice choosing the right answer.

(Ваш друг готовит постерную презентацию на конференцию. Дайте ему совет, выбрав правильный ответ из предложенных вариантов.)

Use ... colours for different kinds of information in the poster.

- **different**
- similar
- neutral

ЗАДАНИЕ 14. Match a sentence from a presentation with the correct category.

(Укажите категорию, к которой относится предложение.)

I'm now nearing the end of my talk...

- Summarizing the main points
- Recommending or suggesting something
- **Signaling the end of the presentation**
- Inviting questions

ЗАДАНИЕ 15. Match a sentence from a presentation with the correct category.

(Укажите категорию, к которой относится предложение.)

We just have time for a few questions.

- Summarizing the main points
- Recommending or suggesting something
- Signaling the end of the presentation
- **Inviting questions**

ЗАДАНИЕ 16. Match a sentence from a presentation with the correct category.

(Укажите категорию, к которой относится предложение.)

Just to summarize the main points of my talk...

- **Summarizing the main points**
- Recommending or suggesting something
- Signaling the end of the presentation
- Inviting questions

ЗАДАНИЕ 17.

Match a sentence from a presentation with the correct category.

(Укажите категорию, к которой относится предложение.)

Now I'll be happy to answer any questions you may have.

- Summarizing the main points
- Recommending or suggesting something
- Signaling the end of the presentation
- **Inviting questions**

ЗАДАНИЕ 18. Match a sentence from a presentation with the correct category.

(Укажите категорию, к которой относится предложение.)

What I'd like to suggest is...

- Summarizing the main points
- **Recommending or suggesting something**
- Signaling the end of the presentation
- Inviting questions

ЗАДАНИЕ 19. Match a sentence from a presentation with the correct category.

(Укажите категорию, к которой относится предложение.)

OK, I think that's everything I wanted to say...

- Summarizing the main points
- Recommending or suggesting something
- **Signaling the end of the presentation**
- Inviting questions

ЗАДАНИЕ 20. Match a sentence from a presentation with the correct category.

(Укажите категорию, к которой относится предложение.)

Before I stop, let me go through my main points again.

- **Summarizing the main points**
- Recommending or suggesting something
- Signaling the end of the presentation
- Inviting questions

Б1.О.02 Разработка и реализация коммуникационной стратегии

ЗАДАНИЕ 21. Что является объектом коммуникационной кампании?

- схема воздействия на СМИ;
- **сознание и поведение ЦА;**
- место проведения коммуникационной кампании;
- сроки проведения коммуникационной кампании.

ЗАДАНИЕ 22. Коммуникационный бриф – это:

- документ, структура которого разработана Ассоциацией Коммуникационных Агентств России, его нельзя трансформировать;
- формальный документ, который можно не заполнять, если агентство выполняло ранее заказы клиента;

- документ с универсальной структурой, которую каждое агентство адаптирует под себя;
- аналог договора, если заказчик работает с индивидуальным предпринимателем

ЗАДАНИЕ 23. Содержание медиапланирования в связях с общественностью сводится к решению следующих задач:

- а) создание базы СМИ; разработка медиоплана; разработка бюджета медиоплана;
- б) создание базы СМИ; инфографический анализ целевых групп общественности; разработка медиоплана; разработка бюджета медиа-плана;
- в) создание базы СМИ; инфографический анализ целевых групп общественности; разработка коммуникационной стратегии меди-плана; разработка бюджета медиоплана.**

ЗАДАНИЕ 24. Что не относится к функциям коммуникативного пространства базисного субъекта PR?

- а) функция менеджмента организации; аналитико-прогностическая функция; контрольная функция;
- б) функция информационной безопасности; аналитико-прогностическая функция; контрольная функция;**
- в) функция менеджмента организации; контрольная функция; функция формирования общественного мнения.

ЗАДАНИЕ 25. Какие из сущностных признаков антикризисного управления являются необходимыми и достаточными?

- а) управленческая деятельность по прогнозированию, профилактике, регулированию и разрешению кризиса;**
- б) целенаправленная управленческая деятельность по прогнозированию, профилактике, регулированию и разрешению кризиса;
- в) деятельность по прогнозированию, профилактике, регулированию и разрешению кризиса.

ЗАДАНИЕ 26. Большое количество цифровой информации и статистики - неотъемлемый признак:

- а) пресс-релиза;
- б) факт-листа;**
- в) приглашения;
- г) заявления для СМИ.

ЗАДАНИЕ 27. Набор представляющих интерес для прессы разножанровых PR-текстов, объединенных одним новостным поводом, носит название:

- а) медиа-карта;
- б) пресс-ревью;
- в) информационный пакет;
- г) пресс-кит.**

Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности

ЗАДАНИЕ 28. Отметьте слова с неправильным ударением (3 варианта ответа):

- **обеспечЕние**
- **новорОжденный**
- слиИвовый
- прибЫвший
- **свеклА**

- щавЕль

ЗАДАНИЕ 29. Отметьте слова с правильным ударением (3 варианта ответа):

- **апокАлипсис**
- бАловать
- досУг
- **каталОг**
- крЕмень
- **плодоносят**

ЗАДАНИЕ 30. Отметьте слова, в которых нет ошибок в произношении е и ё (3 варианта ответа):

- **заём**
- **опека**
- многожёнец
- скабрезный
- **грубошёрстный**
- одноименный

ЗАДАНИЕ 31. Указать глаголы, в которых ударение падает на личное окончание (3 варианта ответа):

- **включат**
- посадят
- **облегчат**
- вынудят
- **углубят**
- уволят

ЗАДАНИЕ 32. Указать, в каких глаголах прошедшего времени женского рода ударение падает на окончание –а (3 варианта ответа):

- била
- **брала**
- **гнала**
- была
- **ждала**
- жала

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке

ЗАДАНИЕ 1. Write the following words in the correct order to make a question you may be asked while being interviewed. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы составить вопрос, который вам могут задать во время собеседования. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

did develop at What university skills you ?

Ответ: What skills did you develop at university?

ЗАДАНИЕ 2. Write the following words in the correct order to make a question you may be asked while being interviewed. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы составить вопрос, который вам могут задать во время собеседования. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

this Why want job do you ?

Ответ: Why do you want this job?

ЗАДАНИЕ 3. Write the following words in the correct order to make a question you may be asked while being interviewed. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы составить вопрос, который вам могут задать во время собеседования. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

achievement your What is biggest ?

Ответ: What is your biggest achievement?

ЗАДАНИЕ 4. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'What are you doing now?'

'I ... (prepare) a report for the next meeting.'

Ответ: am preparing

ЗАДАНИЕ 5. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Why is Mary upset?'

'Unfortunately, she ... (lose) her keys.'

Ответ: has lost

ЗАДАНИЕ 6. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Do you know that man?'

'Oh, yes. It is Mark. He (work) in our office, but he has got a new job now.'

Ответ: worked

ЗАДАНИЕ 7. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Did you enjoy your flight?'

'Yes, but I was nervous because I (not fly) before.'

Ответ: had not flown

ЗАДАНИЕ 8. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Mary is very good at her job, isn't she?'

'Yes. She (do) the same job for ten years.'

Ответ: has been doing

Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности

ЗАДАНИЕ 9. Жесты, мимика, позы, дистанция, громкость голоса и пр. принадлежат <...> виду общения (воздействия). Вставьте пропущенное прилагательное в нужной форме.

Ответ: невербальному

ЗАДАНИЕ 10. Расставьте очередность нижеперечисленных этапов процесса планирования коммуникационной стратегии. Ответ напишите, используя прописные (большие) буквы, обозначающие вариант ответа и правильный порядок операций (через запятую), например, В, Б, А.

- А. определение целевой аудитории
- Б. определение маркетинговых целей
- В. выбор средств коммуникации
- Г. определение содержания сообщений

Ответ: Б, А, В, Г

ЗАДАНИЕ 11. Дополните классификацию типов речевой культуры, разработанную О.Б. Сиротининой и дополненную И.А. Стерниным:

- **Элитарный тип**
- Среднелитературный тип
- Литературно-разговорный тип
- Семейно-разговорный тип
- Жаргонно-просторечный тип

ЗАДАНИЕ 12. Запишите, как называется широко распространенный в современном синтаксисе прием расчленения синтаксической конструкции, представленный в тексте:

Меня схватили за руку. Прямо на месте. Не отходя от кассы. От билетной кассы вокзала в Дюссельдорфе. Спустя почти месяц после приезда в эту страну. В субботу (Лит. газета) – это ...

Ответ: парцелляция

ЗАДАНИЕ 13. Распространенным средством выделения важного слова в современном литературном языке (особенно в рекламном слогане) является вынос наименования темы сообщения в именительном падеже в актуальную начальную

позицию: *Москва! Как много в этом звуке для сердца русского слилось...* Укажите, как называется это явление.

Ответ: именительный темы /именительный представления

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке

ЗАДАНИЕ 1. Read the text below and give it a title in English. Mind the spelling.

(Прочитайте текст и придумайте к нему заголовок на английском языке. Следите за правописанием.)

Journalists gather news in a number of different ways. They may get stories from pressure groups which want to air their views in public. They seek publicity for their opinions and may hold press conferences or may issue a statement/press release. A person who especially wishes to attract news attention will try to include a sound bite in what they say. It is particularly hard for journalists to get material in the silly season. Journalists also get stories by tapping useful sources and by monitoring international news agencies like Reuters. The more important a story is, the more column inches it will be given in the newspaper. Journalists of different political persuasions often put their own gloss/spin on a story and some journalists gather stories by muck-raking

Критерии оценивания:

- Задание выполнено верно: сформулирован правильный заголовок к тексту, отражающий главную идею текста, допускается одна негрубая лексико-грамматическая и/или одна орфографическая ошибка;
- Выполнение задания содержит незначительные ошибки: сформулирован правильный заголовок к тексту, отражающий главную идею текста, допускается не более двух лексико-грамматических ошибок и/или не более двух орфографических ошибок;
- Задание не выполнено или выполнено неверно: заголовок не отражает главной идеи текста, допущено более двух лексико-грамматических ошибок и/или более двух орфографических ошибок.

Примеры ответа:

1) GATHERING THE NEWS

2) HOW JOURNALISTS GATHER THE NEWS

ЗАДАНИЕ 2. Read the text below and give it a title in English. Mind the spelling.

(Прочитайте текст и придумайте к нему заголовок на английском языке. Следите за правописанием.)

While most of us make use of some form of the media on a daily basis, we may not think about the functions or purposes the media serves in our society. One important function is entertainment. On television, in particular, the variety of entertainment programs is extensive, ranging from soap operas, to comedy, to talk shows, to sports. Even advertising, where the main purpose is to sell things to the public, may sometimes be seen as entertainment. Another function is education. A quick look through a television or radio guide will reveal many programs with an educational focus. These include documentaries on a wide range of topics such as animal behavior, geography, history, or art. They also include a wide variety of instructional programs such as cooking, home decorating, or investing. Some children's programs are also educational, teaching children to count or recognize words, or introducing them to different societies and cultures. The media can provide important community information in the form of warnings.

Критерии оценивания:

- Задание выполнено верно: сформулирован правильный заголовок к тексту, отражающий главную идею текста, допускается одна негрубая лексико-грамматическая и/или одна орфографическая ошибка;
- Выполнение задания содержит незначительные ошибки: сформулирован правильный заголовок к тексту, отражающий главную идею текста, допускается не более двух лексико-грамматических ошибок и/или не более двух орфографических ошибок;
- Задание не выполнено или выполнено неверно: заголовок не отражает главной идеи текста, допущено более двух лексико-грамматических ошибок и/или более двух орфографических ошибок.

Примеры ответа:

1) THE ROLE OF MASS MEDIA

2) THE FUNCTIONS OF MASS MEDIA

ЗАДАНИЕ 3. Read the text below and write the main idea of the text in 1-2 sentences in English. Mind the spelling.

(Прочитайте текст и напишите главную идею текста в 1-2 предложениях на английском языке. Следите за правописанием.)

The influence of television on people's behavior is great. Many young children stay up late and watch films that are not meant for them, films containing crime and violence. There is a lot of evidence to show a direct connection between the violence that people watch on TV and the violence in the streets. There is now more crime and violence in our society than ever before. They say it is the television that is teaching people how to be violent. For example, a child may see a bank robbery in a film. The child learns from a film how to rob a bank. Or he sees a violent fight and becomes interested in having fights with other children. There have been many cases reported in the newspapers where such things have actually happened.

Критерии оценивания:

- Задание выполнено верно: главная идея текста выражена правильно, допускается не более двух негрубых лексико-грамматических ошибок и/или не более двух орфографических ошибок;
- Выполнение задания содержит незначительные ошибки: главная идея текста выражена в целом правильно, допускается не более четырех лексико-грамматических ошибок и/или не более четырех орфографических ошибок;
- Задание не выполнено или выполнено неверно: главная идея текста выражена неверно, понимание главной идеи текста затруднено из-за множества лексико-грамматических и орфографических ошибок.

Примеры ответа:

1) The main idea of the text is to give the reader some information about violence on TV.

2) This text is about how violence on TV can cause (trigger/provoke) violence in the streets.

Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности

ЗАДАНИЕ 4. Ниже приведены характерные признаки языка. Подберите к ним соответствующие признаки речи:

Язык - орудие общения. Речь -

Язык абстрактен. Речь - ...

Язык потенциален (его всегда можно использовать). Речь - ...

Язык отвлечён от понятия времени и пространства. Речь - ...

Язык конечен (он описан в словарях и справочниках). Речь - ...

Ответ:

Язык - орудие общения. Речь - вид общения, производимый этим орудием. Язык абстрактен. Речь конкретна и неповторима. Язык потенциален (его всегда можно использовать). Речь актуальна (используется по конкретному поводу). Язык отвлечён от понятия времени и пространства. Речь развёрнута во времени и реализуется в пространстве. Язык конечен (он описан в словарях и справочниках). Речь бесконечна (её без конца можно продуцировать).

ЗАДАНИЕ 5. Прочитайте предложения: 1. Маршрут пятого автобуса отменили, потому что идет ремонт дороги; 2. Пятый не ходит – дорогу ремонтируют; 3. Маршрут автобуса № 5 отменен ввиду производства дорожных ремонтных работ. Укажите экспрессивно-стилистическую характеристику каждого из предложений:

Ответ: 1. Нейтральное; можно употребить в любой функциональной разновидности; 2. Относится к разговорной речи; 3. Характерно для книжной речи, официально-делового стиля.

ЗАДАНИЕ 6. Центральное место в формировании функционально-стилистического просторечия занимает устная публичная (публицистический стиль) речь СМИ в ее разнообразных жанрах: ток-шоу, играх, дискуссиях, сериалах и т. д. Укажите роль публичной речи. Назовите ее основные черты:

Ответ: Устная публичная речь (публицистический стиль) приблизилась к речи обиходно-бытовой и стала активно развиваться. Это сделало ее динамичной, диалогичной и по форме, и по содержанию. Публичная речь воспринимается ныне как речь неподготовленная, как речь подчеркнуто экспрессивная.

ЗАДАНИЕ 7. Найдите в научном тексте ошибку в языковом выражении мысли и квалифицируйте ее:

«Распространение скрытой рекламы и «черных» паблик рилейшнз через СМИ возможно из-за неразработанности не только нормативной базы, но и отсутствия четкого подхода к выделению PR-текстов».

Ответ: речевая синтаксическая, неверное использование двойного сопоставительного союза (надо: не только из-за неразработанности, но и отсутствия).

ЗАДАНИЕ 8. Проанализируйте язык и стиль текста. Найдите и квалифицируйте речевые и стилистические ошибки. Произведите правку:

Сыр. Его остроароматные ломтики придают нашему утреннему завтраку особый аппетит. «Российский», «Прибалтийский», «Пошехонский»... В витринах магазинов их янтарные головки похожи, словно двойнята. Тонкая парафиновая оболочка надежно укрывает секреты каждого.

Ответ:

остроароматные – речевая лексическая ошибка, нарушение норм лексической сочетаемости (сложное прилагательное образовано от сочетания «острый аромат»);

придают аппетит завтраку – речевая лексическая ошибка, нарушение норм лексической сочетаемости;

утреннему завтраку – речевая лексическая ошибка, речевая лексическая ошибка плеоназм;

двойнята – стилистическая лексическая ошибка, неуместное использование в тексте массмедийного стиля слова с пометой «разг».

укрывает секреты – речевая лексическая ошибка, смешение паронимов; секреты каждого – РЛ, речевая недостаточность.

Вариант правки:

Сыр. Его ароматные ломтики придают нашему завтраку особый вкус. «Российский», «Прибалтийский», «Пошехонский»... В витринах магазинов их янтарные головки похожи, словно близнецы. Тонкая парафиновая оболочка надежно скрывает секреты рецептуры каждого сорта.

ЗАДАНИЕ 9. Существует противоречие (антиномия) между говорящим и слушающим. Назовите суть этого противоречия. Действует ли оно при условии использования говорящим (или пишущим) различных аббревиатур, например УБОП (управление по борьбе с организованной преступностью), РПЦ (Русская православная церковь)? Аргументируйте ответ.

Ответ: говорящий заинтересован в том, чтобы упростить и сократить своё высказывание, а слушающий – упростить и облегчить восприятие и понимание текста. При использовании аббревиатур в профессиональной среде происходит экономия речевых усилий говорящего; при воздействии на широкие массы слушающих возникает проблема понимания текста, так как использование аббревиатур мешает его восприятию.

Б1.О.02 Разработка и реализация коммуникационной стратегии

ЗАДАНИЕ 10. Журналист готовит сюжет о том, что увеличилось количество абитуриентов, которые подают документы в военные вузы. В лиде публикации автор заявляет: “Как написано в интернете, желающих поступать в военные вузы стало на 36% больше”. Что не так сделал автор?

Ответ: не указан источник данных. Нет названия социологической службы, которая провела исследование; должностного лица, которое озвучило эту цифру; ссылки на публикацию в СМИ и т.п. Интернет сам по себе не является источником сведений, пригодных для использования в журналистских текстах.

ЗАДАНИЕ 11. Кейс Репозиционирование винодельческой компании на основе результатов исследования.

Региональная компания — производитель натуральных вин в среднем ценовом сегменте – решает изменить маркетинговую стратегию. Качество продукта объективно более высокое, чем у конкурентов; известность в регионе достаточно широкая (по результатам исследований, марка входит в десятку лидеров по узнаванию), представленность в торговой сети — неплохая (согласно собственным социологическим данным, $\frac{3}{4}$ посетителей винных магазинов и специализированных отделов в супермаркетах указали, что продукция компании в торговых точках представлена всегда). Отдел маркетинга предложил руководству компании произвести репозиционирование и перенести марку в сегмент «премиум». Рекламному агентству сделали заказ на изменение дизайна этикетки — она должна в большей степени соответствовать новому сегменту. А затем – на проведение коммуникационной кампании. Основной акцент планировалось сделать на BTL-мероприятиях. Перед началом коммуникационной кампании решено провести исследование. Его задачи — оценка возможности перевода марки в сегмент «премиум» и установление оптимальной цены. Кроме того, необходимо было оценить уровень известности и потребления марок заказчика и его конкурентов, стереотипы в отношении вин местного производства.

Какова оптимальная методика проведения исследования? Укажите метод и параметры, а также то, как в данном случае может быть применена методика price sensitivity meter (PSM).

Ответ: в качестве метода исследования оптимален опрос покупателей в местах продаж в форме личного интервью. Продолжительность интервью не должна превышать 5–7 минут. Методика price sensitivity meter (PSM) позволяет определить приемлемый для потребителя диапазон цены исходя из воспринимаемой ценности продукта. Результаты исследования позволяют

определить перспективы перехода в новый ценовой сегмент на основе мнений и предпочтений представителей целевой аудитории.

ЗАДАНИЕ 12. Назовите проблемы (не менее 2-х), которые приводят современные российские компании к непоследовательным действиям в области инвестиций и снижению эффективности их социальных программ.

Ответ: отсутствие прозрачной структуры и стратегии социальных инвестиций; ориентация компаний, в первую очередь, на краткосрочные программы; отсутствие запроса на формирование корпоративной стратегии социальных инвестиций со стороны государства и общества, из-за чего компаниям приходится действовать без четких ориентиров; внутренние программы превалируют над внешними, в результате чего бизнес занимается в первую очередь развитием собственного персонала и не включен активно в общестрановые социальные программы.

ЗАДАНИЕ 13. Компании А и Б - конкуренты. Компания А присылает значимый информационный повод. Издание публикует по указанному поводу и комментарий компании Б. Определите, для соблюдения какого принципа это делается.

Ответ: принцип объективного показа поля

ЗАДАНИЕ 14. На остановке общественного транспорта по громкоговорителю транслируется реклама недавно открывшегося кафе. Парень, ожидающий транспорт, слушает плеер. Определите, из-за какого действия рекламное сообщение не было услышано.

Ответ: действие механического барьера

ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Период окончания формирования компетенции: 2 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.О.07 Медиаобеспечение работы общественных и государственных институтов (1 семестр);
- Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований (2 семестр).

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.О.07 Медиаобеспечение работы общественных и государственных институтов

ЗАДАНИЕ 1. Кем не должны выполняться связи со СМИ?

- А. Пресс-секретарем.
- Б. Отделом маркетинга.**
- В. Отделом по работе с прессой.
- Г. Службой PR.

ЗАДАНИЕ 2. Что не входит в число основных задач пресс-службы?

- А. Промоушн.**
- Б. Обеспечение полноты и оперативности информации об организации.
- В. Информирование о продукции организации.
- Г. Создание оптимальных условий работы для аккредитованных журналистов.

ЗАДАНИЕ 3. Что не входит в число необходимых задач пресс-секретаря?

- А. Выступление в качестве надежного источника информации.
- Б. Участие в разработке, обсуждении и реализации PR-программ.
- В. Создание информационных поводов.
- Г. Отслеживание цен на рынке прессы.**

ЗАДАНИЕ 4. Что не входит в число целей аккредитации СМИ?

- А. Недопущение распространения негативной информации об аккредитующей организации.**
- Б. Обеспечение открытости работы аккредитующей организации.
- В. Совершенствование взаимодействия аккредитующей организации со СМИ.
- Г. Создание необходимых условий для профессиональной деятельности журналистов как лиц, выполняющих общественный долг и обеспечивающих право граждан на информацию.

ЗАДАНИЕ 5. Какие СМИ не имеют права на аккредитацию?

- А. Частные.
- Б. Иностранные.
- В. Нелегальные.**
- Г. Государственные.

ЗАДАНИЕ 6. На какой срок предоставляется временная аккредитация? (2 варианта ответа)

А. На 1 год.

Б. На полгода.

В. На срок, необходимый для выполнения конкретного редакционного задания.

Г. На срок для замены постоянно аккредитованного журналиста в случае его болезни, отпуска, командировки.

ЗАДАНИЕ 7. Что представляет собой мониторинг как одно из направлений деятельности пресс-службы:

А. формирование стратегии организации с учетом ее общественных связей

Б. анализ влияния политики организации на общественность

В. наблюдение, оценка материалов СМИ, прямо или косвенно касающихся деятельности организации

Г. планирование выступлений в СМИ

ЗАДАНИЕ 8. Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение:

А. высокого уровня общественного сознания

Б. высокой общественной репутации

В. низкого уровня общественного сознания

Г. высокого общественного порицания

ЗАДАНИЕ 9. Какое время является наиболее оптимальным для проведения пресс-конференции?

А. 11-14 часов дня.

Б. 15-17 часов дня.

В. 9-10 часов утра.

Г. 17 -19 часов.

ЗАДАНИЕ 10. Какая длительность пресс-конференции является оптимальной?

А. 3 часа.

Б. 1 час.

В. 1,5-2 часа.

Г. 4 часа.

ЗАДАНИЕ 11. Набор представляющих интерес для СМИ разножанровых СО-текстов, объединенных одним информационным поводом носит название:

А. медиакарта

Б. пресс-ревью

В. пресс-кит

Г. медиацит

ЗАДАНИЕ 12. Информационный повод пресс-конференции должен быть интересным и привлекательным прежде всего для

А. сотрудников PR служб

Б. журналистов

В. органов власти

Г. специалистов

ЗАДАНИЕ 13. Что из перечисленного ниже не имеет прямого отношения к пресс-конференции.

А. пресс-папье

- Б. пресс-секретарь
- В. пресс-кит
- Г. пресс-релиз

ЗАДАНИЕ 14. Пресс-конференция – это:

- А. общение руководителя предприятия или учреждения с одним журналистом
- Б. общение руководителя предприятия или учреждения с представителями одного СМИ
- В. общение руководителя предприятия или учреждения со многими представителями разных СМИ.**

ЗАДАНИЕ 15. Эксклюзивное интервью руководитель предприятия или учреждения дает:

- А. одному журналисту**
- Б. нескольким журналистам сразу
- В. нескольким журналистам по очереди

ЗАДАНИЕ 16. Пресс-секретаря Президента РФ зовут:

- А. Алексей Громов;
- Б. Дмитрий Песков;**
- В. Михаил Сеславинский

ЗАДАНИЕ 17. Превью для журналистов проводится:

- А. перед открытием мероприятия;**
- Б. во время мероприятия;
- В. после мероприятия;
- Г. по просьбе журналистов.

ЗАДАНИЕ 18. Аккредитация – это:

- А. оформление журналистов для поездки в пресс-тур;
- Б. допуск журналистов к работе в каком-либо учреждении;**
- В. наказание для журналистов за нарушение Закона «О СМИ».

ЗАДАНИЕ 19. Журналисту может быть отказано в аккредитации, если:

- А. постоянно опаздывает на специальные мероприятия для прессы;
- Б. он перешел на работу из одного СМИ в другое;**
- В. является членом какой-либо политической партии.

ЗАДАНИЕ 20. Журналистский пул – это:

- А. список журналистов, не допущенных на специальные мероприятия для прессы;
- Б. ограниченная группа журналистов, аккредитуемых для работы при каком-нибудь учреждении;**
- В. перечень журналистов, отобранных для поездки в пресс-тур.

ЗАДАНИЕ 21. Брифинг отличается от пресс-конференции тем, что:

- А. в нем участвует ограниченное число журналистов;
- Б. во время его проведения не задают вопросов;**
- В. во время его проведения журналисты имеют свободный доступ к его участникам.

ЗАДАНИЕ 22. Круглый стол организуется для:

- А. более близкого знакомства с работой СМИ;
- Б. более активного вовлечения журналистов в обсуждении проблем;**
- В. для отчета какой-либо организации перед СМИ.

ЗАДАНИЕ 23. Мониторинг СМИ проводится:

- А. во время пресс-конференции;
- Б. во время подготовки пресс-конференции;
- В. после проведения пресс-конференции.**

Задание 24. Причинами снижения интереса к пресс-мероприятиям можно считать:
(2 варианта ответа)

- А. Отсутствие эксклюзивного и качественного контента**
- Б. Наличие альтернативных источников получения информации**
- В. Отсутствие достаточных полномочий у сотрудников пресс-службы
- Г. Сложности в выборе формата пресс-мероприятий

ЗАДАНИЕ 25. Факторы, определяющие необходимость проведения пресс-мероприятий:

- А. Веский информационный повод**
- Б. Желание руководителя
- В. Желание пресс-секретаря
- Г. Наличие достаточного бюджета

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 26. К принципам научного исследования не относится:

- А. Принцип объективности.
- Б. Принцип свободы мышления.
- В. Принцип системности.
- Г. Принцип симультанности.**

ЗАДАНИЕ 27. Получение достоверных следствий из посылок формально-логическим путем – это:

- А. Дедукция**
- Б. Индукция.
- В. Интуиция.
- Г. Институтция.

ЗАДАНИЕ 28. Выделение, вычленение отдельных сторон, свойств, черт, признаков исследуемого явления с целью их углубленного изучения «по отдельности» и установления их отношения к сущности предмета – это:

- А. Абстрагирование.
- Б. Анализ.**
- В. Синтез.
- Г. Обобщение.

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.07 Медиаобеспечение работы общественных и государственных институтов

ЗАДАНИЕ 1. Официальное признание правомочий представителей СМИ госорганом, коммерческой организацией, общественным объединением – это ...

Ответ: аккредитация СМИ

ЗАДАНИЕ 2. Согласно статье 39 ФЗ «О СМИ» редакция имеет право запрашивать информацию о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Действительно ли эти требования распространяются на все организации, независимо от их организационно-правовой формы, в том числе коммерческие и некоммерческие юридические лица, организации, осуществляющие свою

деятельность без образования юрлица?

Ответ: да, это верное утверждение

ЗАДАНИЕ 3. Распространяются ли правила оформления и подачи журналистских запросов на блогеров, фрилансеров, активистов?

Ответ: нет, им следует руководствоваться правилами запроса информации, установленными для граждан

ЗАДАНИЕ 4. Действительно ли, что согласно ФЗ «О СМИ», высказывать мнение о проблеме не входит в обязанности адресата журналистского запроса?

Ответ: да, это так. Представители организации должны оперировать фактами, они могут отказаться от высказывания мнения о проблеме и не давать оценку происходящим событиям.

ЗАДАНИЕ 5. В течение какого времени компания должна ответить на журналистский запрос согласно ФЗ «О СМИ»?

Ответ: 7 дней с момента получения журналистского запроса

ЗАДАНИЕ 6. В течение какого времени, согласно ФЗ «О СМИ», компания должна уведомить СМИ об отказе в предоставлении информации на журналистский запрос?

Ответ: в 3-дневный срок

ЗАДАНИЕ 7. Куда можно обращаться, если нарушены права СМИ на предоставление информации по журналистскому запросу?

Ответ: обращение в вышестоящий орган (или к начальнику того человека, который не ответил на запрос); обращение в прокуратуру; обращение в суд.

ЗАДАНИЕ 8. Группа коммуникаторов, которая освещает определенное событие, тему или деятельность конкретной организации или даже отдельного человека, составляет ...

Ответ: пул журналистов

ЗАДАНИЕ 9. Какой вид пресс-мероприятия позволяет быстро и кратко проинформировать журналистов, сделать заявление или прокомментировать ситуацию по горячим следам?

Ответ: пресс-брифинг, или брифинг

ЗАДАНИЕ 10. Как называется запланированное пресс- или PR-службой масштабное мероприятие, предназначенное специально для журналистов, протяжённое во времени (от нескольких часов до нескольких дней), которое проводится с целью получения объёмных журналистских публикаций?

Ответ: пресс-тур

ЗАДАНИЕ 11. Как называется специфическая технология подготовки и написания текста, предназначенного для устного публичного выступления руководителя?

Ответ: спичрайтинг

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 12. Классификация – это...

Ответ: способ упорядочивания и представления имеющейся информации о предмете по тем или иным основаниям.

ЗАДАНИЕ 13. Моделирование – это...

Ответ: методический прием, основанный на создании искусственного подобия объекта (т.н. модели) для изучения отдельных сторон его работы.

ЗАДАНИЕ 14. Дайте определение индукции как одному из методов исследования.

Ответ: индукция – получение вероятностных выводов при рассмотрении данных «от частного к общему», преимущественно от эмпирических данных к обобщению.

ЗАДАНИЕ 15. Исследование, направленное на выявление каких-то новых, неизвестных ранее качеств предмета, которые расширяют наше знание об их прежних свойствах, – это...

Ответ: поисковое исследование

ЗАДАНИЕ 16. Исследования, предполагающие анализ, синтез, абстрагирование, обобщение, индукцию, дедукцию, объяснение, систематизацию, классификацию и др. методы, – это...

Ответ: теоретические исследования

ЗАДАНИЕ 17. Исследования, построенные на эксперименте, наблюдении, описании, – это...

Ответ: эмпирические исследования

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.О.07 Медиаобеспечение работы общественных и государственных институтов

ЗАДАНИЕ 1. Могут ли организаторы концертов, выставок и других культурных мероприятий отказать журналисту в аккредитации, заявив, что им не интересно освещение в СМИ?

Ответ: законом не закреплена обязанность организаторов концертов или выставок аккредитовывать журналистов. В этом случае организатор мероприятия может решать сам, выдавать ли журналистам бесплатные билеты и создавать ли для них более комфортные условия для получения информации. Но даже если организатор решил не проводить аккредитацию, он не может запретить журналисту посетить концерт, выставку и другие культурные мероприятия. Дворцы культуры, выставочные залы, театры, кинотеатры являются общественным местом, и журналисты имеют право беспрепятственно их посещать, собирать информацию, например, производить фотосъемку. При этом при первом же требовании корреспонденты обязаны предъявить редакционное удостоверение или иной документ, который удостоверяет личность и полномочия журналиста. Это могут быть заверенная копия паспорта и редакционное задание за подписью главного редактора и с печатью СМИ.

ЗАДАНИЕ 2. Могут ли неаккредитованные журналисты посещать концерт, выставку и другие культурные мероприятия и производить на них съемку?

Ответ. Дворцы культуры, выставочные залы, театры, кинотеатры являются общественным местом, и журналисты имеют право беспрепятственно их посещать, собирать информацию, например, производить фотосъемку. При этом при первом же требовании корреспонденты обязаны предъявить редакционное удостоверение или иной документ, который удостоверяет личность и полномочия журналиста. Это могут быть заверенная копия паспорта и редакционное задание за подписью главного редактора и с печатью СМИ.

Журналистам, как и другим участникам публичных мероприятий, необходимо соблюдать общественный порядок и правила проведения мероприятия. В частности, использование фотовспышки при съемке может нарушить ход мероприятия. Если мероприятие является платным, то журналисту необходимо будет приобрести билет.

ЗАДАНИЕ 3. Внештатного корреспондента газеты часто не пускает охрана на встречу с чиновниками. После отказ мотивируют тем, что он должен был предъявить редакционное задание, а удостоверение внештатного журналиста не является доказательством работы в качестве журналиста. Законен ли отказ пускать внештатного корреспондента на встречи?

Ответ: внештатный журналист, работающий по договору с редакцией или выполняющий задание по ее поручению, имеет те же права, что и штатный журналист.

Журналист обязан при осуществлении профессиональной деятельности предъявлять по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста. Документом, удостоверяющим личность, является паспорт. Полномочия журналиста подтверждает редакционное удостоверение. При этом в удостоверении журналиста редакция не обязана указывать, работает ли человек в штате или вне. Поэтому охрана должна принимать удостоверение и внештатника. Если удостоверения нет, то его может заменить редакционное задание.

ЗАДАНИЕ 4. В налоговой запретили снимать на камеру, ссылаясь на то, что внутренний регламент запрещает съемку сотрудников и помещения. Законно ли это?

Ответ: налоговая не является режимным или военным объектом, куда доступ граждан ограничивается, поэтому и информация является общедоступной, следовательно, право граждан на съемку не может быть ограничено. Если они ссылаются на какой-то внутренний регламент, то его либо нет в действительности, либо он не соответствует закону. Любые ограничения на доступ к информации должны устанавливаться только законом. При этом должны быть основания для ограничения доступа к информации (например, медицинская тайна, государственная тайна, служебная тайна, семейная тайна, банковская тайна и т.п.).

ЗАДАНИЕ 5. Укажите ошибку, допущенную в п.2.2 Правил аккредитации СМИ в Псковском облсобрании от 26.03.2020 г.:

Основанием для рассмотрения вопроса об аккредитации является заявка редакции СМИ (далее – заявка) на официальном бланке за подписью руководителя СМИ, заверенной печатью.

К заявке прилагаются:

копии учредительных документов СМИ: свидетельство

о

государственной регистрации, лицензия на вещание;

информационная справка по СМИ, включающая в себя следующие данные: полное наименование СМИ, его учредителя или издателя, уставные задачи, тираж, периодичность, тематика и (или) специализация издания, фактический (в том числе почтовый адрес с индексом) и юридический адрес редакции СМИ, территория и способ распространения, редакционный сайт, номера рабочих телефонов и факса, фамилия, имя, отчество и контактные телефоны главного редактора СМИ, последний номер издания (для печатных СМИ);

список сотрудников редакции, имеющих право представлять СМИ на мероприятиях Собрания, включающий следующие сведения: фамилия, имя, отчество сотрудника, паспортные данные, официальный или постоянный псевдоним, занимаемая

должность, номер рабочего и мобильного телефона, адрес электронной почты; цветные фотографии сотрудников редакции, включенных в список, в формате jpg; перечень используемой аппаратуры.

Ответ: Никто не имеет права требовать от журналистов раскрывать «их постоянный или временный псевдоним», в том числе орган власти, вводящий аккредитацию.

Псевдоним по сути является гарантией конфиденциальности автора (журналиста). Только суд может потребовать от редакции раскрыть источник информации в связи с рассматриваемым делом и никто другой.

ЗАДАНИЕ 6. Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.2.7 Правил аккредитации СМИ в Псковском облсобрании от 26.03.2020 г.: Срок действия выданной аккредитационной карты не может превышать одного календарного года. Для СМИ, впервые подавшего заявку, он может быть установлен продолжительностью в три месяца.

Ответ: У всех редакций должны быть равные возможности и права, если они формально правильно оформили заявку на аккредитацию и являются зарегистрированным СМИ. Разница в длительности действия аккредитационной карты на этом основании недопустима.

ЗАДАНИЕ 7. Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.2.13 Правил аккредитации СМИ в Псковском облсобрании от 26.03.2020 г.:

Собрание вправе отказать в аккредитации СМИ, которое в период действия аккредитации не освещало деятельность Собрания.

Ответ: Освещение деятельности не может выступать в качестве условия для аккредитации и не может быть основанием для отказа, потому что аккредитация носит не разрешительный, а уведомительный характер.

ЗАДАНИЕ 8. Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.3.2.4 Правил аккредитации СМИ в Псковском облсобрании от 26.03.2020 г.:

3. Права и обязанности аккредитованных СМИ

3.2.4 Вести видео- и фотосъемку только в отведенных для этого местах профессиональной аппаратурой, включенной в перечень при подаче заявки

Ответ: От журналистов нельзя требовать проводить съемку профессиональным оборудованием, такого понятия в журналистской практике не существует. Сейчас многие журналисты фотографируют и записывают с помощью смартфона, качество встроенной камеры вполне позволяет. Поэтому такое требование к технике, с которой работают журналисты, недопустимо в правилах аккредитации. Редакции сами решают, на каком оборудовании работают его журналисты.

ЗАДАНИЕ 9. Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.3.2.7 Правил аккредитации СМИ в Псковском облсобрании от 26.03.2020 г.:

3. Права и обязанности аккредитованных СМИ

3.2.7 При выполнении редакционных заданий, не связанных с мероприятиями Собрания (интервью с депутатом Собрания, встреча в рабочем кабинете депутата Собрания, съемка тематического сюжета и т.п.), согласовывать проведение этих работ с заведующим информационно-аналитическим отделом Собрания: сообщать название, тематику и дату выхода телевизионной программы, для которой проводится съемка, а также фамилии депутатов Собрания, участие которых планируется.

Ответ: Этот пункт не соответствует реальному формату работы журналистов и редакций. Они могут отснять материал и использовать его по своему усмотрению или вовсе не использовать. Не всегда редакция может сказать

дату выхода в эфир, она может откладываться, материал долго дорабатываться. Это тоже может нарушить право журналистов на доступ к информации и общение с источниками.

ЗАДАНИЕ 10. Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.2 Порядка аккредитации журналистов при Избирательной комиссии Воронежской области от 06.04.2017 г.:

2. Право на аккредитацию

Право аккредитовать журналистов – штатных сотрудников редакций СМИ (далее – журналисты) имеют распространяемые на территории Воронежской области СМИ, официально зарегистрированные в соответствии с Законом Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации».

Ответ: В статье 48 ФЗ «О СМИ», которой регламентируется аккредитация, отсутствует норма о статусе журналиста (штатный-внештатный), а также не говорится о том, что СМИ должно быть зарегистрированным и распространяться на конкретной территории.

ЗАДАНИЕ 11. Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.5 Порядка аккредитации журналистов при Избирательной комиссии Воронежской области от 06.04.2017 г.:

5. Квоты для аккредитации

5.1. Количество представителей одной редакции определяется с учетом возможностей их размещения в помещениях, в которых проводятся заседания и иные мероприятия ИКВО.

5.2. При аккредитации для СМИ устанавливаются следующие квоты:

от печатных СМИ и информагентств – не более 1 человека;

от редакций радиовещания – не более 1 человека;

от редакций телевидения – не более 2 человек.

Ответ: При перечислении квот отсутствуют интернет-издания

ЗАДАНИЕ 12.

Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.3.1.1 Порядка аккредитации журналистов при Избирательной комиссии Воронежской области от 06.04.2017 г.:

3.1.1. Постоянная аккредитация предоставляется журналистам, регулярно и достоверно освещающим деятельность ИКВО, на срок полномочий действующего состава ИКВО.

Ответ: «достоверность» и «объективность» не являются правовыми критериями оценки работы журналистов и не описываются в законодательстве о СМИ, они субъективны.

ЗАДАНИЕ 13.

Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.8.3 Порядка аккредитации журналистов при Избирательной комиссии Воронежской области от 06.04.2017 г.:

8.3. Журналист может быть лишен аккредитации:

при нарушении настоящего Порядка;

в случае распространения им или редакцией СМИ, которое он представляет, не соответствующих действительности сведений, причинивших вред деловой репутации ИКВО, а также сведений, порочащих честь и достоинство должностных лиц и сотрудников ИКВО.

Ответ: Согласно законодательству, решение о лишении аккредитации может принять только суд. То есть факты распространения сведений, причинивших вред деловой репутации организации, а также сведений, порочащих честь и достоинство должностных лиц и сотрудников, должны быть доказаны в суде.

ЗАДАНИЕ 14. В каких случаях организация может отказать СМИ в аккредитации?

Ответ: организация может отказать в аккредитации специализированным СМИ (например, рекламным, справочным, эротическим); СМИ, превысившим установленную квоту; редакциям, представившим для оформления аккредитации документы, содержащие не соответствующие действительности сведения и в некоторых других случаях

ЗАДАНИЕ 15. Продолжите фразу, чтобы она соответствовала ФЗ «О СМИ»:

Лишить аккредитации СМИ можно в случае распространения журналистами СМИ не соответствующих действительности сведений, причинивших организации вред или ущемляющих права и законные интересы ее работников, что подтверждено ...

Ответ: вступившим в законную силу решением суда

ЗАДАНИЕ 16. Какова процедура получения компанией отсрочки на предоставление ответа на журналистский запрос?

Ответ: необходимо уведомить СМИ в течение 3 дней, что компания не сможет в положенный срок предоставить ответ с указанием причины, по которым запрашиваемая информация не может быть предоставлена вовремя; даты и должностного лица, установившего отсрочку; даты, к которой запрашиваемая информация будет предоставлена

ЗАДАНИЕ 17. Какие количественные показатели эффективности деятельности пресс-службы вы можете назвать?

Ответ: количество проведённых мероприятий; спектр контактов со СМИ, состав базы данных; количество генерируемых информационных поводов; количество пресс-релизов и других сообщений для СМИ; количество вышедших публикаций; количество привлечённых спикеров и др.

ЗАДАНИЕ 18. Какие количественные показатели эффективности проведённых пресс-мероприятий вы можете назвать?

Ответ: количество разосланных пресс-релизов и отреагировавших журналистов; количество пришедших журналистов и количество задавших вопросы; количество пришедших журналистов и количество журналистских запросов по окончании пресс-мероприятия; количество пришедших журналистов и подготовивших материалы; количество вышедших публикаций по отношению к положительным/негативным/нейтральным; количество публикаций с упоминанием месседжа, использованием цитат спикеров и т.д.

ЗАДАНИЕ 19. Какие качественные показатели эффективности деятельности пресс-службы вы можете назвать?

Ответ: качество и оперативность реагирования на различные виды информационных поводов и угрозы; качество архива и отчётности пресс-службы; доступность информации, предоставляемой пресс-службой; оперативность её предоставления; профессионализм службы и отдельных её сотрудников; открытость, дружелюбность, контактность; креативность в подаче материалов и общей отработке информационных поводов и др.

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 20. Магистрант избирает тему гуманитарного характера. Может ли он применять количественные методы исследования?

Ответ: учёный вправе измерять всё то, что может, подлежа измерению, показывать численное отношение изучаемого к известному.

ЗАДАНИЕ 21. Опишите разницу между фундаментальным и прикладным исследованием.

Ответ: Фундаментальные исследования направлены на создание теории обучения и воспитания, теории содержания образования, теории методов и организационных форм обучения и воспитания. Прикладные исследования решают вопросы, связанные с практикой, их назначение - давать научные средства для решения этих вопросов.

ЗАДАНИЕ 22. Опишите, в чем заключается суть обоснования проблемы исследования.

Ответ: проблема предполагает поиск аргументов в пользу ее решения, значимости ожидаемых результатов, сравнение с другими исследованиями.

ЗАДАНИЕ 23. Опишите, к чему может привести неправильный выбор объекта или предмета исследования.

Ответ: может привести к ошибкам теоретического и практического характера.

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Период окончания формирования компетенции: 1 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули) (блок 1):

• Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России (1 семестр).

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;

- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России

ЗАДАНИЕ 1. Кто является автором произведений «Бурлаки на Волге», «Не ждали», «Орест пропагандиста»

- Василий Григорьевич Перов
- **Илья Ефимович Репин**
- Суриков Василий Иванович
- Виктор Михайлович Васнецов

ЗАДАНИЕ 2. Период в советской истории, получивший имя по названию повести Ильи Эренбурга.

- Время застоя
- **Оттепель**
- Серебряный век
- Железный занавес

ЗАДАНИЕ 3. Эта книга является первой точно датированной книгой в Московской Руси

- **Апостол**
- Букварь
- История государства российского
- Юности честное зерцало

ЗАДАНИЕ 4. Кем был в русской истории Иван Фёдоров?

- Летописец
- Священник
- **Первопечатник**
- Учёный

ЗАДАНИЕ 5. Храмы в этом стиле на Руси появились на рубеже XV – XVI веков. Их возникновение связано с традицией строительства храмов-памятников, приуроченных к какому-либо важному событию. Что это за стиль?

- Романский
- Крестово-купольный
- **Шатровый**
- Готический

Задание 6. Самое большое здание, возведенное в России в первой половине XIX века, собор в Петербурге, который строили 40 лет

- **Исаакиевский собор**
- Казанский собор
- Александро-Невская лавра
- Спас на крови

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Кто из художников не входил в «Товарищество передвижных художественных выставок»?

И. Крамской

О. Кипренский

И. Репин

Н.А. Ярошенко

Задание 8. Покровительницей брака и семьи в языческом религиозном культе славян была:

- Лада

- Феврония

- Мокошь

- Жива

Задание 9. Период в истории русской культуры, хронологически связываемый с началом XX в., называется:

- Серебряным веком

- Миром искусства

- Золотым веком

- Ренессансом

Задание 10. Ф.С. Рокотов работал в жанре

- портрета

- пейзажа

- бытового жанра

- натюрморта

Задание 11. Парсуна — это:

- графическая зарисовка

- иконописное изображение исторического лица

- тип храма

- живопись по сырой штукатурке

Задание 12. Автор музыки к балету «Лебединое озеро»

- С.В. Рахманинов

- П.И. Чайковский

- М.П. Мусоргский

- Н.А. Римский-Корсаков

Задание 13. Что из перечисленного не является целью Культурной политики РФ?

- Выявление, изучение, охрана, реставрация и использование объектов культурного наследия (памятников истории и культуры), сохранение исторической среды городов и поселений, в том числе малых городов;

- Художественная литература, кинематография, сценическое, пластическое, музыкальное искусство, архитектура и дизайн, фотоискусство, другие виды и жанры искусства;

- Народные художественные промыслы и ремесла, народная культура в таких ее проявлениях, как языки, диалекты и говоры, фольклор, обычаи и обряды, исторические топонимы;

- Этические нормы и правила поведения граждан.

Задание 14. Какая тенденция современного социального изменения не имеет негативного характера?

- Девальвация общепризнанных ценностей и искажение ценностных ориентиров

- Снижение уровня маргинальности

- Разрыв социальных связей (дружеских, семейных, соседских)
- Снижение интеллектуального и культурного уровня общества

Задание 15. С каким художественным творчеством связан известный народный промысел Филимоново?

- Роспись подносов
- Кружево

- Глиняная игрушка

- Чеканка

Задание 16. Что соответствует определению: «одна из форм народного творчества, деятельность по созданию художественных изделий утилитарного и декоративного назначения, осуществляемая на основе коллективного освоения и преемственного развития традиций народного искусства в определённой местности» ?

- Искусство
- Декоративно-прикладное искусство
- **Народный художественный промысел**
- Хобби

Задание 17. Характеристика какого стиля соответствует описанию: «Роспись производится обычно по чёрному фону (иногда по красному, синему, зелёному, серебряному). Основной мотив росписи — цветочный букет простой композиции, в котором чередуются крупные садовые и мелкие полевые цветы» ?

- **Жостово**
- Палех
- Гжель
- Городецкая роспись

Задание 18. Развитие и защита русского языка является важной целью культурной политики РФ. Какой аргумент не рассматривается в качестве основания для этого ?

- Русский язык является благозвучен.

- Русский язык — основа и залог нашего культурного и государственного единства многонациональной страны.
- Русский язык в высшей степени способен к адаптации слов и понятий, рожденных иными языками и культурами, без разрушения своей собственной природы и законов своего развития.
- Русский язык способен отражать и присущие каждому историческому этапу развития нашего общества особенности и проблемы

Задание 19. С чем связывают празднование Масленицы?

- С началом торговли маслом на ярмарках
- С завершением процесса приготовления масла
- **С победой весны над зимой**
- С завершением великого поста

Задание 20. Когда празднуется Троица, символизирующая божественное триединство?

- **Через семь недель после Пасхи, в воскресенье**
- После празднования Рождества на сороковой день
- В начале весны
- С наступлением осени

Задание 21. Каким меценатом были организованы «Русские сезоны» за границей, выступления оперы и балета в начале XX века.

- **С. П. Дягилевым**
- С. И. Мамонтовым
- П.М. Третьяков
- А.А. Бахрушин

Задание 22. Русская авангардная живопись представлена следующим именем:

- И. Репин
- **К. Малевич**
- К. Брюлов
- К. Сомов

Задание 23. Режиссёр фильма «Броненосец «Потёмкин»»

- Всеволод Пудовкин
- **Сергей Эйзенштейн**
- Андрей Тарковский
- Сергей Герасимов

Задание 24. Крупнейший в мире музей русского искусства, уникальный архитектурно-художественный комплекс в историческом центре Санкт-Петербурга

- Эрмитаж
- Третьяковская галерея
- **Русский музей**
- Музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина

Задание 25. Какой кинофестиваль проходит в Анапе?

- **Киношок**
- Белые столбы
- Кинотавр
- Зеркало

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России

ЗАДАНИЕ 26. Первый публичный, общедоступный и профессиональный театр в России открылся в 1751 году. В каком городе это произошло?

Ответ: Ярославль.

27. Как называлось первое в Европе учебное заведение для женщин, открытое в 1764 году в Петербурге?

Ответ: Институт благородных девиц.

ЗАДАНИЕ 28. Этот памятник, созданный скульптором Э.М. Фальконе, стал одним из символов Петербурга, был посвящён основателю города, императору Петру I. Как он называется?

Ответ: Медный всадник.

ЗАДАНИЕ 29. 9 ноября 1863 года в Академии художеств произошёл «**бунт четырнадцати**». Выпускники отказались писать свои картины как сочинения на заданную тему, за что были исключены из состава студентов. Этот процесс дал рождение новому движению. Как стали называть этих художников?

Ответ: Передвижники.

ЗАДАНИЕ 30. Имя русского драматурга, чьи пьесы «Бедность не порок», «Доходное место» и другие почти три десятилетия шли на сценах Большого и Малого театров:

Ответ: А.Н. Островский.

ЗАДАНИЕ 31. Как называлась музыкальная группа, в которую входили композиторы М.А. Балакирев, М.П. Мусоргский, А.П. Бородин, Н.А. Римский-Корсаков и другие?

Ответ: «Могучая кучка»

ЗАДАНИЕ 32. Определите, о чём идёт речь в данном определении: «Совокупность принципов и норм, которыми руководствуется государство в своей деятельности по сохранению, развитию и распространению культуры, а также сама деятельность государства в области культуры»?

Ответ: Культурная политика.

ЗАДАНИЕ 33. Выделите имя художника, который не являлся представителем соцреализма:

В. И. Мухина, А. А. Дейнека, И. И. Бродский, Б. Е. Ефимов, И. Грабарь

Ответ: И. Грабарь

ЗАДАНИЕ 34. Русский духовный ренессанс проявился в творчестве русских философов Н. А. Бердяева, С. Н. Булгакова, В. С. Соловьева. Кто из них автор работы «Душа России»?

Ответ: Н.А. Бердяев

ЗАДАНИЕ 35. Национальная театральная премия №1

Ответ: Золотая маска

ЗАДАНИЕ 36. Высшее почётное звание Российской Федерации в области изобразительного искусства

Ответ: Народный художник Российской Федерации

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России

ЗАДАНИЕ 1. Все формы и направления культуры тесно связаны между собой.

Продукты элитарной культуры вполне могут стать частью культуры массовой. Так же связаны между собой культуры массовая и народная. Проиллюстрируйте любыми тремя примерами взаимосвязь и взаимодействие между различными формами культуры.

Ответ: в ответе могут быть приведены положения и примеры: 1) элитарная и массовая культуры способствуют взаимному обогащению: например, в шоу «Ледниковый период» фигуристы используют классическую музыку для танцев на льду;

2) массовая культура популяризирует произведения элитарной культуры, например, в качестве слоганов в рекламных роликах используются названия произведений литературной классики, цитаты из них;

3) народная культура придаёт национальный колорит произведениям массовой культуры, например, мотивы народного творчества используются в таком жанре массовой лирической песни, как романс.

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

Период окончания формирования компетенции: 2 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.О.04 Социология медиакommunikации и медиапотребления (2 семестр);
- Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований (1, 2 семестр).

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.О.04 Социология медиакommunikации и медиапотребления

ЗАДАНИЕ 1. Какое суждение соответствует определению социологии медиакommunikации и медиапотребления как отрасли знания?

а) наука о природе и истории общества

б) наука о потребительской культуре и информационном поведении

в) наука о социальных системах

ЗАДАНИЕ 2. С чем связано появление нового исследовательского направления медиасоциологии?

а) с цифровизацией и влиянием коммуникационных технологий

б) с развитием потребительского общества

в) с массовизацией культуры

ЗАДАНИЕ 3. Какое суждение соответствует определению общества потребления?

а) совокупность социальных групп

б) совокупность аудиторий медиа

в) совокупность общественных отношений на основе принципа индивидуального потребления

ЗАДАНИЕ 4. Для теории постмодернизма характерно понимание потребления как процесса производства символов. Какой ученый является автором этой идеи?

а) Г. Зиммель

б) Ж. Бодрийяр

в) М. Вебер

ЗАДАНИЕ 5. Подберите определение к понятию «социальная проблема»:

а) главный вопрос прикладного исследования - аудитории

б) существующая в медиасфере противоречивая ситуация, затрагивающая интересы больших групп

в) цель исследования аудитории и восприятия информации потребителями

ЗАДАНИЕ 6. Подберите определение к понятию «дескриптивная операционализация понятий»

а) раскрытие объективных и субъективных факторов воздействия на предмет исследования

б) однозначное описание используемых в исследовании понятий

в) выявление элементов, составляющих предмет исследования и связей между ними

ЗАДАНИЕ 7. Подберите определение к понятию «структурная операционализация понятий»

а) раскрытие объективных и субъективных факторов воздействия на предмет исследования

б) однозначное описание используемых в исследовании понятий

в) выявление элементов, составляющих предмет исследования и связей между ними

ЗАДАНИЕ 8. Подберите определение к понятию «факторная операционализация понятий»

а) раскрытие объективных и субъективных факторов воздействия на предмет исследования

б) однозначное описание используемых в исследовании понятий

в) выявление элементов, составляющих предмет исследования и связей между ними

ЗАДАНИЕ 9. Что собой представляет интерпретация социологических данных?

а) совокупность осуществляемых исследователем предположений о характере данных

б) перечисление результатов исследования

ЗАДАНИЕ 10. Что входит в процедуру измерения индекса потребительских настроений?

а) проективные техники

б) вопросы анкеты

ЗАДАНИЕ 11. Какой метод сбора социологической информации называют качественным?

- а) **фокус-группа**
- б) контент-анализ
- в) опрос

ЗАДАНИЕ 12. Подберите определение к понятию “медиапанель”.

- а) **вид непрерывной выборки**
- б) анкетирование
- в) групповое интервью в виде дискуссии

ЗАДАНИЕ 13. Что является объектом контент-анализа?

- а) социальные группы
- б) **тексты документов**
- в) редакционные коллективы

ЗАДАНИЕ 14. Какой метод сбора социологической информации относится к опросным?

- а) **анкетирование**
- б) контент-анализ
- в) использование государственной статистики

ЗАДАНИЕ 15. Какой метод сбора социологической информации относится к медиаизмерениям?

- а) контент-анализ
- б) **пиплметровая панель**
- в) использование государственной статистики

ЗАДАНИЕ 16. Что собой представляет мода как социальное явление?

- а) **временное господство определённого стиля в какой-либо сфере жизни**
- б) разделение общества на социальные слои
- в) развитие культуры

ЗАДАНИЕ 17. Какой ученый разработал элитарную концепцию моды?

- а) Г. Блумер
- б) Ж. Бодрийяр
- в) **Г. Зиммель**

ЗАДАНИЕ 18. Что собой представляет бренд?

- а) логотип
- б) фирменный стиль
- в) **феномен массового потребительского сознания, в котором отражается имя и репутация фирмы**

ЗАДАНИЕ 19. Какова главная идея Диффузной теории коммуникации Э. Роджерса

- а) **специалистам следует убедить критичные 5%, чтобы инновации в потреблении достигли членов общества**
- б) двухкомпонентная модель коммуникации
- в) массовая коммуникация подвержена закономерности «спираль молчания»

ЗАДАНИЕ 20. Отметьте определение объекта журналистики, согласно С.Г. Корконосенко:

- а) журналистика, взятая в единстве ее субстанциональных, институциональных, структурно-функциональных, содержательно-гносеологических, ценностно-смысловых и морфологических характеристик;
- б) журналистика как институт;
- в) журналистика - общественная деятельность по сбору, обработке, периодическому распространению актуальной социальной информации, это система предприятий, продукция журналистской деятельности;**
- г) методы познания в журналистике;

ЗАДАНИЕ 21. Можно ли социологию журналистики считать точной наукой?

- а) да;
- б) социология журналистики — это сочетание точного и неточного, статистически выявляемого и понимаемого, эмпирического и теоретико-концептуального компонентов;**
- в) нет;
- г) ответить нельзя;

ЗАДАНИЕ 22. Журналистика — это наука...

- а) гуманитарная;
- б) общественная;
- в) общественная и гуманитарная одновременно;**
- г) эмпирическая;

ЗАДАНИЕ 23. Зачем нужна модель теории журналистики?

- а) она связана с моделированием практической журналистики;**
- б) чтобы писать диссертации;
- в) чтобы выступать с докладами;
- г) чтобы вступать в научные дискуссии;

ЗАДАНИЕ 24. Как особенности информационного общества сказываются на журналистской деятельности?

- а) появляется все больше журналистов-непрофессионалов;
- б) политические партии оказывают все большее влияние на позицию СМИ;
- в) расширяются международные контакты журналистских сообществ;
- г) меняются целевые установки журналистики;**

ЗАДАНИЕ 25. Какой из аргументов говорит в пользу возможности и целесообразности применения системного подхода к СМИ?

- а) в СМИ работают журналисты, имеющие разное образование;
- б) в СМИ употребляются разные жанры;
- в) источники финансирования СМИ разные;
- г) СМИ участвуют в осуществлении многих социальных функций**

ЗАДАНИЕ 26. Какое различие разумнее всего использовать при разработке типологии СМИ?

- а) родовидовое;**
- б) жанровое;
- в) психологическое;
- г) политическое;

ЗАДАНИЕ 27. Первые историко-типологические исследования русской журналистики были нацелены...

- а) на выявление финансовой состоятельности изданий;
- б) на выявление социальных факторов и предпосылок создания изданий;

в) на выявление жанрового разнообразия изданий;

г) на анализ работы редакции изданий;

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 28. В методологию прикладного социологического исследования входит:

а) описание события

б) сбор информации

в) теоретические идеи, проблемы, принципы и методы исследования

ЗАДАНИЕ 29. Что такое “выборочная процедура социологического исследования”?

а) выбор методов исследования

б) процедура отбора единиц исследования, отражающих структуру изучаемого объекта

в) процедура проведения фокус-группы

ЗАДАНИЕ 30. Репрезентативность как одну из ключевых характеристик методологии следует понимать, как:

а) свойство выборочной совокупности представлять характеристику генеральной

б) направленность исследования

в) системность

ЗАДАНИЕ 31. Чем преимущественно отличаются количественные методы исследования аудитории массовой коммуникации?

а) они основаны на измерительных процедурах

б) с их помощью можно понять неосознаваемые факторы в изучении общественного мнения

ЗАДАНИЕ 32. Чем преимущественно отличаются качественные методы исследования аудитории массовой коммуникации?

а) они основаны на измерительных процедурах

б) с их помощью можно понять неосознаваемые факторы в изучении общественного мнения

ЗАДАНИЕ 33. К основным элементам композиционной структуры научного произведения не относится:

а) титульный лист

б) введение

в) эпиграф

г) библиографический список

ЗАДАНИЕ 34. Обозначьте правильное утверждение:

а) признание единства многосоставного объекта не побуждает исследователей учитывать все «соседние» свойства объекта;

б) не признание единства многосоставного объекта побуждает исследователей учитывать все «соседние» свойства объекта, даже если целенаправленному анализу подвергается только одно из них;

в) признание единства многосоставного объекта побуждает исследователей учитывать не все «соседние» свойства объекта;

г) признание единства многосоставного объекта побуждает исследователей учитывать все «соседние» свойства объекта, даже если целенаправленному анализу подвергается только одно из них;

ЗАДАНИЕ 35. Вставьте необходимо по смыслу слово во фразу: В области изучения функционирования прессы синтез подходов, так называемые междисциплинарные исследования, необходим, ... он дисциплинарной размытости.

а) но ... не равнозначен;

б) и ... равнозначен;

в) и ... синонимичен;

г) и ... идентичен;

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.04 Социология медиакоммуникации и медиапотребления

ЗАДАНИЕ 1. В процедуру интерпретации данных социологического исследования входят определенные элементы. Отберите их из приведенного перечня: описание события; ориентация на цель, задачи, гипотезы исследования; новые идеи; логический анализ понятий.

Ответ: ориентация на цель, задачи, гипотезы исследования, логический анализ понятий.

ЗАДАНИЕ 2. Для понимания потребительского поведения необходим сбор и анализ сведений о реальных моделях потребления информации населением. С помощью каких методов получают такие данные?

Ответ: дневниковые теле-, радио- или интернет панели, Big Data.

ЗАДАНИЕ 3. Какие исследовательские центры изучения общественного мнения специализируются в области массовой коммуникации: Всероссийский Центр Изучения Общественного мнения (ВЦИОМ), Медиалогия, Левада-центр, Комкон, Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), Ромир, Медиаскоп.

Ответ: Медиалогия, Комкон, Ромир, Медиаскоп.

ЗАДАНИЕ 4. Какой исследовательский центр изучения общественного мнения является монополистом в измерении аудитории телевидения: Всероссийский Центр Изучения Общественного мнения (ВЦИОМ), Медиалогия, Левада-центр, Комкон, Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), Ромир, Медиаскоп.

Ответ: Медиаскоп.

ЗАДАНИЕ 5. При определении целевой аудитории в ходе разработки Программы прикладного исследования решающее значение имеет следующий набор параметров – социально-демографические, признаки обладания, физиологические. Какого параметра не хватает?

Ответ: Факторы образа жизни.

ЗАДАНИЕ 6. Как называется область исследования аудитории и содержания медиа или индустрия по производству стандартизированных данных?

Ответ: Медиаметрия.

ЗАДАНИЕ 7. Перевод в количественные показатели текстовой, аудиовизуальной, цифровой и т.п. информации СМИ с последующей статистической обработкой называется методом ...

Ответ: контент-анализа

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 8. Отчет по результатам исследования содержит объяснение его природы и обоснование сделанных выводов. Правильно ли это?

Ответ: да, правильно.

ЗАДАНИЕ 9. Отчет по результатам исследования состоит из нескольких частей – 1. Обоснование актуальности изучаемой социальной проблемы, характеристики параметров исследования. 2. Сведения о проведенном исследовании, интерпретации результатов и выводы относительно тех идей, которые были сформулированы в гипотезах. Какой части не хватает?

Ответ: описание объекта и предмета исследования.

ЗАДАНИЕ 10. Исследование, направленное на выявление каких-то новых, неизвестных ранее качеств предмета, которые расширяют наше знание об их прежних свойствах, – это...

Ответ: поисковое исследование

ЗАДАНИЕ 11. Исследования, предполагающие анализ, синтез, абстрагирование, обобщение, индукцию, дедукцию, объяснение, систематизацию, классификацию и др. методы, – это...

Ответ: теоретические исследования

ЗАДАНИЕ 12. Исследования, построенные на эксперименте, наблюдении, описании, – это...

Ответ: эмпирические исследования

ЗАДАНИЕ 13. Инструментарий для типологического описания и классификационного анализа печатных изданий СМИ в нашей стране был разработан в ... период.

Ответ: советский

ЗАДАНИЕ 14. Функциональный анализ журналистского текста – это изучение журналистского текста

Ответ: функций

ЗАДАНИЕ 15. Внешняя диалогичность журналистского текста представлена в таком жанре, как

Ответ: интервью

ЗАДАНИЕ 16. подход к журналистскому тексту выработан НЕ в рамках филологической науки

Ответ: социометрический

ЗАДАНИЕ 17. Структурный (или структурно-функциональный) анализ применим не только к статике предмета, но и к его ..., так как бывает важно понять, как внешние силы и внутренние причины влияют на структуру, ее части и связи между ними.

Ответ: динамике

ЗАДАНИЕ 18. Групповое глубинное интервью называется

Ответ: фокус-группа

ЗАДАНИЕ 19. Массовые опросы относятся к ... исследованиям

Ответ: количественным

ЗАДАНИЕ 20. Результаты количественных исследований позволяют получить ответ на вопрос ...

Ответ: сколько?

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.О.04 Социология медиакommunikации и медиапотребления

ЗАДАНИЕ 1. Специалисту по медиакommunikации необходимо отразить в авторских материалах результаты изучения общественного мнения по определенной проблематике. Однако имеющиеся данные вызывают сомнения в плане информированности опрошенной аудитории, они напоминают «сырое общественное мнение». Какого рода исследование необходимо для выхода из этой ситуации?

Ответ: Опрос обогащенного общественного мнения.

ЗАДАНИЕ 2. На исследовательском рынке появились новые средства регистрации наблюдений, получившие название Big Data. Это автоматизированная система анализа СМИ и социальных медиа. Каковы преимущества такого подхода?

Ответ: большой объем получаемых данных, их быстрая обработка в «реальном времени».

ЗАДАНИЕ 3. На исследовательском рынке появились новые средства регистрации наблюдений, получившие название Big Data. Это автоматизированная система анализа СМИ и социальных медиа. Каковы недостатки такого подхода?

Ответ: искажения из-за большого количества данных и зависимость от компетенции дата-аналитика.

ЗАДАНИЕ 4. Пример интерпретации телеведущим новостной передачи результатов социологического исследования: «По данным института Гэллапа действиями американского президента месяц назад были довольны 40% опрошенных, а в это воскресенье 37%». Определите, что в этом заключении является ошибочным.

Ответ: нельзя сравнивать в динамике, так как разница между данными невелика, возможна ошибка выборки.

ЗАДАНИЕ 5. Цель выборки респондентов для опроса – отвлечься от индивидуальных, случайных различий опрашиваемых и выявить социально значимые, устойчивые характеристики. Попробуйте назвать предполагаемые социально-демографические признаки респондентов при изучении методом массового опроса проблемы молодежных предпочтений в социальных медиа.

Ответ: пол, возраст, образование.

ЗАДАНИЕ 6. При исследовании аудитории интернета необходимо опираться на определенные показатели измерения. Какие показатели целесообразно использовать?

Ответ: популярность ресурса, рост аудитории, число пользователей, ядро аудитории, новые посетители.

ЗАДАНИЕ 7. Исследовательский центр компании «Делойт» изучает тенденции, сложившиеся на рынке медиапотребления. Объектом исследования являются граждане России старше 14 лет, являющиеся пользователями интернета. Какие задачи следует поставить в таком исследовании?

Ответ: выявление тематических предпочтений и временных затрат, уровня доверия, особенностей потребления платного контента.

ЗАДАНИЕ 8. Для количественной обработки собранных в ходе контент-анализа данных целесообразно использовать компьютерные программы, позволяющие сделать процедуру менее трудоемкой. Какие программы можно использовать?

Ответ: Оружие аналитики, МАКС, ВААЛ, АЛЕКС.

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

ЗАДАНИЕ 9. Магистрант избирает тему гуманитарного характера. Может ли он применять количественные методы исследования?

Ответ: учёный вправе измерять всё то, что может, подлежать измерению, показывать численное отношение изучаемого к известному.

ЗАДАНИЕ 10. Студенты разрабатывают программу магистерского исследования по утвержденной теме, при этом опираются на изученный материал. Какие обязательные части должны войти в программу исследования?

Ответ: определение актуальности исследования, выделение проблемы, формулировка цели и задач исследования, обозначение объекта и предмета исследования, этапы проведения исследования.

ЗАДАНИЕ 11. В ходе исследования определены рейтинги СМИ. Для планирования рекламных кампаний в них в дальнейшем может быть рассчитан суммарный (накопленный) рейтинг. Как это сделать?

Ответ: суммарный (накопленный) рейтинг определяется как произведение разового рейтинга СМИ и количества выходов рекламных сообщений в нем.

ЗАДАНИЕ 12. Предпринято панельное исследование. Как надо поступить исследователю в том случае, если какой-то респондент по той или иной причине выбывает из выборки? Как называются эти действия?

Ответ: выбывшего респондента надо заменить другим с такими же характеристиками. Этот процесс называется «ротация панели»

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Период окончания формирования компетенции: 2 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.О.09 Правовое и этическое регулирование медиасферы (2 семестр);
- Б1.О.11 Основы медиакоммуникаций (1 семестр).

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.О.09 Правовое и этическое регулирование медиасферы

ЗАДАНИЕ 1. Закон РФ «О рекламе» предусматривает ответственность за распространение ненадлежащей информации в виде:

- а) штрафа
- б) частичного или полного приостановления рекламы нарушителя
- в) все вышеперечисленное**
- г) нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 2. Запрещена к распространению в соответствии с ФЗ «О рекламе» ...

- а) реклама не соответствующая требованиям ФЗ**
- б) реклама, вводящая в заблуждение потребителей
- в) все вышеперечисленное

ЗАДАНИЕ 3. Срок хранения рекламных материалов в соответствии с ФЗ - № 38 «О рекламе» РФ составляет:

- а) 1 год**
- б) 1,5 года
- в) 2 года

ЗАДАНИЕ 4. Законодательные акты, регулирующие рекламную деятельность в России...

- а) закон РФ «О рекламе»**
- б) закон РФ «О защите прав потребителей»
- в) закон РФ «О банках и банковской деятельности»
- г) все вышеперечисленное

ЗАДАНИЕ 5. Рекламная информация на территории РФ должна распространяться:

- а) на русском языке
- б) на государственном языке и по усмотрению рекламодателя на иных языках без искажения её смысла**
- в) на языках народов РФ

г) нет верных ответов

ЗАДАНИЕ 6. Запрещена реклама...

- а) наружная и телевизионная финансовых услуг
- б) радиореклама финансовых услуг
- в) побуждающая к насилию, агрессии, опасным действиям**
- г) все вышеперечисленное

ЗАДАНИЕ 7. Ненадлежащая реклама в соответствии с ФЗ «О рекламе» - это...

- а) реклама не соответствующая требованиям ФЗ**
- б) реклама, вводящая в заблуждение потребителей
- в) все вышеперечисленное
- г) нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 8. Недобросовестная реклама...

- а) дискредитирует фирмы и граждан, которые не пользуются рекламируемыми товарами
- б) содержит некорректные сравнения с конкурентными товарами**
- в) вводит потребителей в заблуждение путем имитации рекламы других товаров

ЗАДАНИЕ 9. Недостоверная реклама:

- а) играет на подростковых трудностях
- б) содержит сведения не соответствующие действительности**
- в) нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 10. Неэтичная реклама:

- а) реклама, не соответствующая моральным принципам и нравственным устоям общества
- б) порочит объекты искусства
- в) все вышеперечисленное
- г) нет отдельного определения в законе**

ЗАДАНИЕ 11. Скрытая реклама:

- а) не осознается потребителем как реклама**
- б) нарушает общепринятые нормы гуманности и морали
- в) нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 12. Закон РФ «О рекламе» предусматривает ответственность за распространение ненадлежащей информации в виде:

- а) контррекламы и штрафа
- б) частичного или полного приостановления рекламы нарушителя**
- в) все вышеперечисленное
- г) нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 13. В соответствии с законодательством РФ, ненадлежащая реклама или отказ от контррекламы влекут:

- а) административную ответственность**
- б) уголовную ответственность
- в) все вышеперечисленное
- г) нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 14. Законом РФ «О рекламе» контроль за соблюдением законодательства о рекламе возложен:

- а) на Федеральную антимонопольную службу**

- б) на Роспотребнадзор
- в) на комитет по защите прав потребителей при администрации города (области)
- г) на Роскомнадзор
- г) нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 15. Саморегулирование в рекламной отрасли предполагает:

- а) выработку правил и добровольное следование им участников рекламного бизнеса**
- б) отсутствие законодательного регулирования
- в) все вышеперечисленное
- г) нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 16. В рекламном бизнесе участвуют следующие группы субъектов:

- а) рекламодатели и рекламопроизводители
- б) рекламораспространители
- в) все вышеперечисленное**
- г) нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 17. Рекламодателями выступают:

- а) только крупные предприятия
- б) средний и малый бизнес
- в) государственные и муниципальные учреждения
- г) все вышеперечисленное**

ЗАДАНИЕ 18. К основным функциям рекламодателя можно отнести:

- а) административную и финансовую
- б) планирование и координацию работы
- в) все вышеперечисленное**
- г) нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 19. Рекламопроизводителями называют:

- а) рекламные агентства полного цикла
- б) творческие мастерские
- в) медиабайнговые и медиаселленговые агентства
- г) все вышеперечисленное**

ЗАДАНИЕ 20. К основным функциям рекламопроизводителя можно отнести:

- а) создание рекламной продукции и ее размещение
- б) проведение исследований рынка и сотрудничество с типографиями, студиями и т.д.
- в) все вышеперечисленное**

Б1.О.11 Основы медиакоммуникаций

ЗАДАНИЕ 21. Медиакоммуникация и массовая коммуникация – это

- одно и то же
- принципиально отличающиеся понятия
- **взаимопересекающиеся понятия**

ЗАДАНИЕ 22. В медиакоммуникации социальный контроль осуществляется

- через законы
- через профессиональную этику
- **посредством технических инструментов**

ЗАДАНИЕ 23. Информация и знания – это

- одно и то же
- **не одно и то же**

ЗАДАНИЕ 24. В информационном обществе наблюдается

- **увеличение доли умственного труда**
- уменьшение доли умственного труда
- доля умственного труда остается неизменной

ЗАДАНИЕ 25. Как соотносятся понятия информационной войны и психологической войны?

- **психологическая война – это разновидность информационной войны**
- информационная война – это разновидность психологической войны
- понятия абсолютно совпадают
- понятия абсолютно различны

ЗАДАНИЕ 26. Информация – это

- власть
- бизнес
- ресурс
- **все перечисленное**

ЗАДАНИЕ 27. Понятие информационного пространства появилось

- **раньше понятия медиапространства**
- позже понятия медиапространства
- одновременно с понятием медиапространства

ЗАДАНИЕ 28. Особенности информационных ресурсов являются:

- информация не исчезает при ее передаче
- нельзя передать только часть информации, не исказив ее сути
- информационные ресурсы обладают свойством накопления, т. е. при увеличении информации происходит ее качественное изменение, что приводит к появлению нового знания
- **все перечисленное**

ЗАДАНИЕ 29. Какие существуют трактовки медиапространства?

- **геополитическая**
- психологическая
- экономическая
- **социальная**
- **информационно-ноосферная**

ЗАДАНИЕ 30. Может ли оценочное суждение быть отнесено к медиафейку?

- да
- **нет**
- смотря какое суждение

ЗАДАНИЕ 31. Выберите правильные утверждения (2 шт.):

- массовая коммуникация всегда осуществляется с помощью технических средств
- **массовая коммуникация может осуществляться без использования технических средств**

- **медиакоммуникация всегда осуществляется с помощью технических средств**
- медиакоммуникация может осуществляться без использования технических средств

ЗАДАНИЕ 32. Как соотносятся понятия информационной войны и войны в киберпространстве?

- **Война в киберпространстве – это разновидность информационной войны**
- информационная война – это разновидность войны в киберпространстве
- понятия абсолютно совпадают
- понятия абсолютно различны

ЗАДАНИЕ 33. Что из перечисленного ниже явилось результатом происходящих медиакоммуникационных процессов? (2 варианта)

- **из мира недостатка информации человек «шагнул» в мир информационной перегрузки;**
- резкое сокращение доли печатных СМИ;
- появление большого количества разнообразных ток-шоу – от развлекательных до политических;
- **из мира, в котором граждане нуждались в СМИ для получения информации, человек попал в мир, где любой гражданин имеет доступ к информации, а также может ее производить самостоятельно.**

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.09 Правовое и этическое регулирование медиасферы

ЗАДАНИЕ 1. Характерными чертами ... (какого?) общества являются:

- решена проблема информационного кризиса, т.е. разрешено противоречие между информационной лавиной и информационным голодом;
- обеспечен приоритет информации по сравнению с другими ресурсами;
- в основу общества заложены автоматизированные генерация, хранение, обработка и использование знаний с помощью новейшей информационной техники и технологии;
- с помощью средств информатики реализован свободный доступ каждого человека к информационным ресурсам всей цивилизации

Ответ: информационного

ЗАДАНИЕ 2. Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его ... (действие) на рынке.

Ответ: продвижение

ЗАДАНИЕ 3. Показ несовершеннолетних в опасных ситуациях является... (какой?) рекламой?

Ответ: ненадлежащей

ЗАДАНИЕ 4. Обязательность указывать все существенные условия договора, в случае указаний одного из условий договора является безусловным для... (какой?) рекламы?

Ответ: финансовой

ЗАДАНИЕ 5. Пометка о необходимости консультаций у специалиста при рекламе лекарств должна быть не менее

Ответ: 3х секунд эфира, либо 7 процентов площади рекламы.

Б1.О.11 Основы медиакоммуникаций

ЗАДАНИЕ 7. Кто впервые ввел понятие **информационного общества**?

Ответ: Дэниел Белл

ЗАДАНИЕ 8. В чем заключается триединая сущность информации?

Ответ: власть, бизнес и ресурс

ЗАДАНИЕ 9. Весь запас информации, хранящийся в информационной среде, называется ресурс.

Ответ: информационный

ЗАДАНИЕ 10. Как можно охарактеризовать сверхкоммуникативное общество? (ответ – глагол несов. вида)

Ответ: сопротивляется новой информации

ЗАДАНИЕ 11. Медиареальность нужна для формирования ... (2 слова) ... мира.?

Ответ: единого понятного

ЗАДАНИЕ 12. Обращение к медиа без какой-то конкретной цели, хаотичное несистемное ознакомление с медиаконтентом, потеря ощущения времени в ходе обращения к медиа, дискомфорт при долгом обращении к медиа, частое обсуждение медийных тем свидетельствуют о формировании...

Ответ: медиазависимости

ЗАДАНИЕ 13. Так называемая многоканальность медиакоммуникации предполагает параллельное использование трех каналов. Каких? Ответ во множественном числе.

Ответ: визуальных, аудиальных, аудиовизуальных

ЗАДАНИЕ 14. Феномен информации, предполагающий, что информация может бесконечно копироваться, изменяться, дополняться и восстанавливаться, называется ...?

Ответ: репродуктивность

ЗАДАНИЕ 15. Что означает такой признак информации как способность приспосабливаться к разным каналам и способам передачи: как бы ни изменялись средства передачи информации (жест, картинка, речь, письмо), меняются и технологии передачи (радио, ТВ, Интернет) информации.

Ответ: логистичность

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.О.09 Правовое и этическое регулирование медиасферы

ЗАДАНИЕ 1. Индивидуальный предприниматель, являясь рекламодателем, подписал договор на распространение рекламы в СМИ. Однако прописал в договоре с контрагентом, что ответственности за возможные нарушения законодательства о рекламе не несёт. Может ли он быть привлечен к ответственности, в случае нарушения законодательства?

Ответ: Да, может быть привлечён в соответствии с требованиями ст. 38 ФЗ «О рекламе». В указанной подписанной части договор считается ничтожным.

ЗАДАНИЕ 2. ООО на рассмотрении дела о нарушении ФЗ «О рекламе» заявило, что раз оно не оплачивало, размещённую им рекламу с нарушениями законодательства, то она является всего лишь информацией. Прав ли директор ООО?

Ответ: Нет, ООО может быть привлечено на основании положений ст. 38 ФЗ «О рекламе».

ЗАДАНИЕ 3. Крупная строительная компания, являясь рекламодателем, нарушило законодательство о рекламе. В обязанности заместителя директора по маркетингу входит подготовка рекламы к размещению. При привлечении компании, генеральный директор написал заявление о привлечении заместителя директора, ответственного за подготовку рекламы, а не компании, правомерны ли требования генерального директора?

Ответ: Нет, КоАП РФ не предусмотрено переложение ответственности на физическое лицо, если оно действовало от имени юридического.

ЗАДАНИЕ 4. Может ли быть СМИ признано нарушителем законодательства о рекламе в качестве рекламодателя в случае, если рекламировались услуги иной компании?

Ответ: Да, и в качестве рекламодателя, и в качестве рекламопроизводителя, и в качестве рекламораспространителя этой рекламы, в случае, если реальный, фактический рекламодатель не имеет официального договора со СМИ, не подписывал акт приём-передачи работ и заявил об этом.

ЗАДАНИЕ 5. Фармацевтическая компания (1) разместила на своём сайте рекламу, выполненную в виде сравнения двух конкретных конкурирующих на рынке моделей одного и того же товара. При этом указав, что товар конкурента (2) хуже аналогичного товара представленной компании (1). Может ли быть привлечена компания (1) за нарушение законодательства о рекламе?

Ответ: Нет, в указанном случае компания (1) должна быть привлечена к ответственности по ст.14 ФЗ «О защите конкуренции».

ЗАДАНИЕ 6. Формирование информационного общества влечет за собой не только положительные изменения, но также имеет негативные последствия. Перечислите не менее 2-х возможных вариантов негативных результатов формирования информационного общества.

Ответ: существует проблема отбора качественной и достоверной информации; существует опасность разрыва между "информационной элитой" (людьми, занимающимися разработкой информационных технологий) и потребителями; многим людям трудно адаптироваться к среде информационного общества.

ЗАДАНИЕ 7. Информационные войны стали современной реальностью. Опишите главную опасность информационной войны?

Ответ: отсутствие видимых признаков какого-либо разрушительного воздействия, характерного для обычной войны

ЗАДАНИЕ 8. Опишите цели Федерального закона «О рекламе».

Ответ: Целями Закона являются: развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции; обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства и реализация

права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы; создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы; предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

ЗАДАНИЕ 9. Назовите два-три документа, регламентирующих переход к информационному обществу в нашей стране.

Ответ: Указ «О переходе России к информационному обществу», «Концепция государственной информационной политики», «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации», Государственная программа РФ «Информационное общество».

Б1.О.11 Основы медиакоммуникаций

ЗАДАНИЕ 10. Медиаграмотность — необходимый навык в век цифровых технологий. Медиаграмотный человек свободно пользуется разными типами медиа. Дайте три характеристики медиаграмотного человека.

Ответ: медиаграмотный человек умеет находить информацию в современных СМИ и интернете; адекватно понимает и оценивает информацию, предлагаемую текстами СМИ и интернета; умеет создавать тексты СМИ

ЗАДАНИЕ 11. Медиареальность формируется средствами массовой коммуникации (СМК) с целью воздействия на массовую аудиторию, часто ради достижения неких политических целей. Дайте характеристику медиареальности (не менее 3-х)?

Ответ: искажение пространства и времени, произвольный сдвиг фокуса зрения, упрощение сложных явлений, архетипизация образов, игрореализация

ЗАДАНИЕ 12. Что такое медиакоммуникация?

Ответ: распространение с помощью технических средств между различными группами и индивидуумами специально подготовленных сообщений, представляющих социальную и личную значимость

ЗАДАНИЕ 13. Что такое информационное общество?

Ответ: общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Период окончания формирования компетенции: 1 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

— Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.О.03 Информационная безопасность в медиапроизводстве (1 семестр).

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.О.03 Информационная безопасность в медиапроизводстве

ЗАДАНИЕ 1. Понятие «новые медиа» не охватывает:

- а) Газеты и журналы;**
б) Пространство Интернета;
в) Технологическую сферу;
г) Социальные отношения.

ЗАДАНИЕ 2. К средствам информационно-коммуникационных технологий не относится:

- а) Программные;
б) Программно-аппаратные;
в) Технические средства и устройства, функционирующие на базе микропроцессорной, вычислительной техники, а также современных средств и систем транслирования информации, информационного обмена, обеспечивающие операции по сбору, продуцированию, накоплению, хранению, обработке, передаче информации и возможность доступа к информационным ресурсам локальных и глобальных компьютерных сетей;
г) Проигрыватель.

ЗАДАНИЕ 3. Все средства информационно-коммуникационных технологий, применяемые в процесс медиапроизводства, можно разделить на:

- а) Аппаратные (компьютер, принтер, сканер, фотоаппарат, видеокамера, аудио- и видеомэгнитофон);
б) Программные (электронные пособия, тренажеры, тестовые среды, информационные сайты, поисковые системы Интернета и т. д.);
в) Аппаратные и программные;
г) Комбинированные.

ЗАДАНИЕ 4. Самая активная целевая аудитория сетевых медиа:

- а) Люди предпенсионного возраста;
- б) Молодежь;**
- в) Пенсионеры;
- г) Люди среднего возраста.

ЗАДАНИЕ 5. Что из перечисленного не является видом конвергентной редакции?

- а) Мультимедийная;
- б) Студийная;**
- в) Интегрированная;
- г) Кросс-медийная.

ЗАДАНИЕ 6. Что из перечисленного не является категорией журналистики?

- а) Конвергентная журналистика;
- б) Мультимедийная журналистика;
- в) Компьютерная журналистика;
- г) Цифровая журналистика.**

ЗАДАНИЕ 7. Возможностью использования информационных технологий в процессе медиапроизводства не является:

- а) Автоматический перевод текстов с помощью программ-переводчиков (PROMTXT) и электронных словарей (AbbyLingvo7.0);
- б) Хранение и накопление информации (CD-, DVD-диски, Flash-диски);
- в) Общение (Internet, электронная почта, Skype, Hangout и т. д.);
- г) Поиск друзей на сайте знакомств.**

ЗАДАНИЕ 8. Какими бывают социальные сети по структурно-функциональной организации?

Выберите неправильный ответ из предложенных.

- а) Анкетного типа;
- б) Пропагандистского типа;**
- в) Дневникового типа;
- г) Коллекционного типа.

ЗАДАНИЕ 9. Что из перечисленного не является мобильным цифровым устройством?

- а) Диктофон;
- б) Смартфон;
- в) Видеомагнитофон;**
- г) Планшет.

ЗАДАНИЕ 10. Что из перечисленного не является стационарным цифровым устройством?

- а) Телефонный аппарат;
- б) Диктофон;**
- в) Факс;
- г) Ксерокс.

ЗАДАНИЕ 11. Чем из перечисленного не определяется специфика социальных медиа?

- а) Мультимедийность;
- б) Гипертекстуальность;
- в) Тираж;**

г) Конвергенция.

ЗАДАНИЕ 12. Что из перечисленного получило широкую аудиторию и возможность интерактивного общения с ней, получение оперативного отклика в виде комментариев и лайков?

- а) Мессенджеры;
- б) Социальные сети;**
- в) Почтовые клиенты;
- г) Интернет-издания.

ЗАДАНИЕ 13. Что из перечисленного не является основным признаком социальных медиа?

- а) Открытость;
- б) Коммуникации;
- в) Подписка;**
- г) Френдлист.

ЗАДАНИЕ 14. Первый в мире репортаж в формате VR назывался:

- а) «Война в Африке»;
- б) «Голод в Лос-Анджелесе»;**
- в) «Атака гуманоидов»;
- г) «Голодомор на Украине».

ЗАДАНИЕ 15. Какие негативные последствия влечёт проникновение новых технологий в медиа?

- а) Психологическая зависимость;
- б) Агрессия;
- в) Распространение недостоверной информации;**
- г) Повышение стоимости пользования медиапродуктом.

ЗАДАНИЕ 16. Какие типы устройств не применяются для потребления медиа?

- а) Настольные компьютеры;
- б) Ноутбуки (включая ультрабуки и нетбуки);
- в) Планшеты;
- г) Диаскопы.**

ЗАДАНИЕ 17. Облачные сервисы характеризуются:

- а) распределением ресурсов среди веб-серверов, взаимодействующих друг с другом;**
- б) бесплатным доступом для пользователей;
- в) обязательной кроссплатформенностью;
- г) все варианты неправильные.

ЗАДАНИЕ 18. Укажите сервис, который не является облачным хранилищем данных.

- а) Яндекс Диск;
- б) OneDrive;
- в) Trello;**
- г) Google Drive.

ЗАДАНИЕ 19. Какой из перечисленных сервисов не позволяет организовывать совместную работу над документами?

- а) Google Drive;
- б) OneDrive;

- в) Яндекс Диск;
г) DropBox.

ЗАДАНИЕ 20. Какую информацию в редакции можно не считать «чувствительной»?

- а) финансовую информацию;
б) рабочие аудио- и видеозаписи;
в) персональные данные сотрудников;
г) **архив пресс-релизов.**

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильное утверждение.

Ежедневное копирование данных в редакции должно быть:

- а) ручным и избирательным;
б) ручным и полным;
в) **автоматическим и избирательным;**
г) автоматическим и полным.

ЗАДАНИЕ 22. Какой из вариантов хранения резервной копии данных является наиболее безопасным среди предложенных?

- а) на сервере в редакции;
б) **в облачном хранилище;**
в) на флэш-накопителе в редакции;
г) на рабочих компьютерах сотрудников.

ЗАДАНИЕ 23. Какой вариант работы сотрудника является наименее безопасным с точки зрения защиты данных?

- а) на компьютере в редакции;
б) **удаленно – из дома;**
в) на рабочем ноутбуке вне редакции;
г) на рабочем ноутбуке в сети Wi-Fi.

ЗАДАНИЕ 24. Аккаунт редакции в социальной сети нужно регистрировать:

- а) на сотрудника редакции;
б) на главного редактора;
в) на сотрудника IT-службы редакции;
г) **на отдельный профиль, который не используют реальные люди.**

ЗАДАНИЕ 25. Комментарии к постам редакции в социальной сети...

- а) должен модерировать сотрудник редакции;
б) **достаточно модерировать с использованием автоматических средств социальной сети;**
в) можно не модерировать, так как редакция не несет за них ответственности;
г) нужно обязательно отключать.

ЗАДАНИЕ 26. Как правильно поступать с негативными отзывами о продукте/услуге в социальных медиа?

- а) удалить комментарий.
б) разыскать автора комментария и наказать.
в) «забанить» автора комментария.
г) **вступить в диалог с автором комментария.**

ЗАДАНИЕ 27. Аббревиатура UGC означает:

- создаваемый редакционной группой контент
- санкционируемый к публикации государством контент

- **создаваемый пользователями контент**
- создаваемый веб-дизайнерами контент

ЗАДАНИЕ 28. «Викиномика» – это экономика, основанная на:

- работе фрилансеров через Википедию
- **совместном сотрудничестве в области Интернета**
- коллаборативной деятельности, ставшей возможной благодаря социальным платформам
- фрилансовом типе занятости

ЗАДАНИЕ 29. «Цифровые кочевники» – это:

- люди, использующие в путешествиях цифровые мобильные устройства
- люди, локализованные в одном месте, но «кочующие» по пространству Интернета
- **профессионалы или предприниматели некоторой области, которые в своей работе не привязаны к определенному месту и используют интернет-технологии в своей профессиональной деятельности**

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.03 Информационная безопасность в медиапроизводстве

ЗАДАНИЕ 1. Назовите самую популярную в России поисковую систему в сети Интернет.

Ответ: Яндекс.

ЗАДАНИЕ 2. Вставьте пропущенное слово.

«Веб 2.0 дает возможность каждому пользователю стать ... журналистом через блоги и подкасты».

Ответ: гражданским

ЗАДАНИЕ 3. В действительно конвергентной редакции контент ... в разных видах СМИ. Вставьте пропущенное слово. Ответ напишите строчными буквами, в одно слово, в настоящем времени.

Ответ: отличается

ЗАДАНИЕ 4. «Мультимедийная редакция новостей - это редакция, где ключевым моментом является наличие специально обученных редакторов для каждого технологического уровня издательства. Это означает, что отдельные редакционные подразделения одновременно работают над ... версиями издания». В приведенном предложении вставьте пропущенные слова. Ответ напишите строчными буквами, в два слова, соединенными союзом И, в творительном падеже, единственном числе (порядок слов значения не имеет).

Ответ: печатной и онлайнной

ЗАДАНИЕ 5. Назовите один из крупнейших медиахолдингов России, появившийся на базе консалтингового агентства «Росбизнесконсалтинг».

Ответ: РБК.

ЗАДАНИЕ 6. О каком понятии идет речь в высказывании Д.П. Гавра « ... представляет собой область социального действия особых субъектов, «вступающих в сетевую коммуникацию, опосредованную информационными технологиями на программном и аппаратном уровнях»? Ответ напишите строчными буквами, в два слова, в именительном падеже, в единственном числе.

Ответ: медийное пространство

ЗАДАНИЕ 7. Вставьте пропущенное слово.

«Эксперты описывают сетевую информационную среду, опираясь на такое ключевое понятие, указывающее на слияние медиа, как ...».

Ответ: конвергенция.

ЗАДАНИЕ 8. «Медиапродукт зачастую создается исключительно исходя из ...». Ответ напишите строчными буквами, в одно слово, в именительном падеже, множественном числе.

Ответ: потребностей аудитории.

ЗАДАНИЕ 9. Какие специалисты оптимизируют работу сайтов, заботясь об их правильном индексировании в поисковых системах?

Ответ укажите в виде англоязычной аббревиатуры.

Ответ: SEO.

ЗАДАНИЕ 10. Главный редактор какой газеты в 1990-е годы заложил в России основы конвергенции и создал «Объединенную редакцию»?

Название издания укажите без кавычек.

Ответ: Коммерсантъ.

ЗАДАНИЕ 11. В каком году в России появились первые социальные сети?

Ответ: 2006.

ЗАДАНИЕ 12. Какая платформа представляет собой бесконечную ленту коротких развлекательных роликов?

Напишите название сервиса английскими буквами.

Ответ: TikTok.

ЗАДАНИЕ 13. В каком году был продемонстрирован первый в мире репортаж в формате VR?

Ответ: 2012.

ЗАДАНИЕ 14. В каком году появилась первая настольная издательская система и вместе с ней термин «допечатный процесс»?

Ответ: 1985.

ЗАДАНИЕ 15. Как называется компания, предоставляющая услугу доступа к интернету?

Ответ: провайдер.

ЗАДАНИЕ 16. Вставьте пропущенное слово.

«... — это условие сохранения в тайне информации, доверенной одним лицом другому на условиях неразглашения».

Ответ: конфиденциальность.

ЗАДАНИЕ 17. Вставьте пропущенное слово.

«... отличается от конфиденциальности тем, что она не подразумевает предоставления каких-либо сведений о себе другим субъектам коммуникации. Таким образом пользователь не сообщает о себе информации, позволяющей его идентифицировать».

Ответ: анонимность.

ЗАДАНИЕ 18. Вставьте пропущенное слово.

«... — это возможность интернет-пользователя контролировать доступ к своей личной информации, например, к персональным данным».

Ответ: приватность.

ЗАДАНИЕ 19. Как называются потоки данных о действиях пользователей, которые собирают и обрабатывают социальные сети, сервисы, приложения и т. п.?

Введите английский термин (два слова).

Ответ: big data.

ЗАДАНИЕ 20. Введите название доменной зоны, которая изначально предназначалась для коммерческих интернет-сайтов.

Ответ: com.

ЗАДАНИЕ 21. Соотнесите понятия и определения: SMO, SEO, SMM.

- а) оптимизация под поисковые системы
- б) маркетинг в социальных сетях
- в) оптимизация сайта под социальные сети

Ответ: а) SEO, б) SMM, в) SMO.

ЗАДАНИЕ 22. Для каких категорий бизнеса продвижение в социальных сетях будет

1) эффективным; 2) неэффективным:

- а) крупный бизнес;
- б) узкоспециализированный B2B,
- в) средний и малый бизнес;
- г) бизнес со спонтанными транзакциями (например, служба такси).
- д) интернет-сектор;
- е) сектор B2B;

Ответ: 1) а, в, д, е; 2) б, г.

ЗАДАНИЕ 23. Кто ввел в научный оборот термин «социальная сеть»?

Ответ: Дж. Барнс

ЗАДАНИЕ 24. Соотнесите термины и их определения в области использования социальных медиа.

1. Краудсорсинг

2. Коворкинг

3. Пиринг

А. Модель работы, в которой участники, оставаясь независимыми и свободными, используют общее виртуальное пространство для проектирования

Б. Производство и контроль за процессом на равных, без выраженной вертикальной координации

В. Передача части производственных или маркетинговых функций компании или организации неопределенному кругу добровольцев, с координацией их деятельности с помощью социальных платформ

Ответ: 1 – А, 2 – Б, 3 – В

ЗАДАНИЕ 25. Соотнесите имена первооткрывателей интернет-технологий и сделанные ими изобретения.

1. Винтон Дж. Сёрф и Роберт Эллиот Кан

2. Тим Бернерс-Ли (совместно с Робертом Кайо)

3. Ларри Пейдж и Сергей Брин

4. Марк Цукерберг

- А. Создание крупнейшей в мире поисковой системы Google
- Б. Создание крупнейшей социальной платформы Facebook
- В. Разработка протоколов TCP/IP.
- Г. Создание первого веб-сервера и первого браузера

Ответ: 1 – В, 2 – Г, 3 – А, 4 – Б

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.О.03 Информационная безопасность в медиапроизводстве

ЗАДАНИЕ 1. Вам предстоит зарегистрировать доменное имя и доменную зону. Какой инструмент необходимо для этого использовать и зачем?

Ответ: Сервис Whois. Он позволяет узнать свободно ли конкретное доменное имя в той или иной доменной зоне.

ЗАДАНИЕ 2. Ваш коллега решил использовать в сети пароль собака. Какие недостатки у этого пароля вы можете отметить?

Ответ: пароль очень короткий, в нем используется реально существующее (словарное) слово, набор символов ограничен (только латинские буквы нижнего регистра). Все это делает пароль небезопасным.

ЗАДАНИЕ 3. Ваш коллега просит рекомендации по созданию надежного сетевого пароля. Какие условия вы бы назвали?

Ответ: достаточно длинный пароль (от 8 символов), чем длиннее, тем безопаснее; не использовать словарные (реально существующие в языке) слова, использовать широкий набор символов (буквы в разных регистрах, цифры, специальные символы).

ЗАДАНИЕ 4. Многие специалисты по безопасности считают облачные хранилища лучшим способом хранения данных. Какой главный аргумент они приводят?

Ответ: из облачного хранилища можно восстановить данные даже в том случае, если вы физически лишились локальных носителей информации (они потеряны, украдены, изъяты или вышли из строя).

ЗАДАНИЕ 5. Вам предстоит выбрать хостинг для небольшого проекта. Какой тип хостинга вы выберете и почему?

Ответ: виртуальный хостинг. Он самый дешевый, прост в управлении и специально предназначен для проектов, не требующих больших ресурсов сервера.

ЗАДАНИЕ 6. Какие советы, относительно публикаций в вашем блоге, помогут оживить тексты и привлечь внимание?

Ответ: придумать цепляющий заголовок, умеренно снабжать посты смайликами, писать часто с постоянной периодичностью

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

Период окончания формирования компетенции: 3 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.О.08 Стратегии устойчивого развития компаний (3 семестр)

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.О.08 Стратегии устойчивого развития компаний

ЗАДАНИЕ 1. Что воспрещается кодексом РАСО в отношении связей со СМИ?

А. Контроль за распространением информации в прессе.

Б. Действия, могущие нанести ущерб репутации СМИ.

В. Бесплатная публикация новостной информации.

Г. Ограничение конфиденциальности информации.

ЗАДАНИЕ 2. Оценка информационных рисков на этапе подготовки пресс-мероприятия заключается в:

А. Прогнозе негативного хода пресс-мероприятий и их последствий

Б. Оплате заказных материалов в СМИ

В. Внесении изменений в Положения об аккредитации

ЗАДАНИЕ 3. Выделите принцип, на котором НЕ может быть основано деловое общение:

А. доброжелательность;

Б. порядочность;

В. тактичность;

Г. уважительность;

Д. эгоизм

ЗАДАНИЕ 4. Как расшифровывается аббревиатура ESG?

A. Emancipation, Social, and Corporate Governance

Б. Environmental, Social, and Corporate Governance

B. Environmental, State, and Control Governance

Г. Ecology, State, and Globalization

ЗАДАНИЕ 5. ESG-повестка включает в себя:

A. Ответственное отношение к равенству полов, ответственность в социальных отношениях в целом, управленческую ответственность

Б. Ответственное отношение к окружающей среде, ответственность перед государством, управленческую ответственность

В. Ответственное отношение к окружающей среде, ответственность в социальных отношениях, управленческую ответственность

Г. Ответственное отношение к окружающей среде, государственную ответственность, управленческую ответственность

ЗАДАНИЕ 6. Что такое ESG-трансформация?

A. Переход на безотходное производство

Б. Внедрение стандарта ИСО 14 000

В. Период внедрения в компании ESG-практик и/или ESG-продуктов

Г. Запуск производства экологичной продукции

ЗАДАНИЕ 7. Кто – стейкхолдеры ESG-трансформации компании?

A. Клиенты, производство, общество, регуляторы, рынки капитала

Б. Только клиенты и общество

В. Только общество

Г. А кто такие стейкхолдеры?

ЗАДАНИЕ 8. Насколько нужна ESG в кризис?

A. Очень, всему бизнесу срочно нужно направить свои ресурсы на ESG-трансформацию

Б. Совсем нет. В кризис необходимо экономить ресурсы, а ESG – это долгосрочная инвестиция, которая потопит компанию

В. Нужна в первую очередь крупным компаниям. На международных рынках, с которыми Россия продолжает взаимодействие, внимание к ESG-рейтингам усиливается. Для МСП ESG поначалу не так важна

Г. Нет. На международных рынках внимание к ESG-рейтингам усиливается, но России это не касается.

ЗАДАНИЕ 9. Противоречит ли ESG принципам японской философии кайдзен?

A. Да, потому что ESG приносит в компанию издержки. Например – чрезмерная обработка

Б. Когда как. Все зависит от того, как применять принципы ESG

В. Нет. Наоборот, ESG отвечает принципам непрерывного совершенствования

Г. Да, потому что ESG подразумевает социальную ответственность перед персоналом, а японские управленцы держат сотрудников в ежовых рукавицах

ЗАДАНИЕ 10. На что влияет ESG-рейтинг?

A. Инвесторы меньше поддерживают компании с низким ESG-рейтингом

Б. Банки могут учитывать ESG-рейтинг при выдаче кредитов

В. Партнерские соглашения и контракты с поставщиками могут быть более выгодными для компаний, применяющих принципы ESG

Г. Все утверждения верны

ЗАДАНИЕ 11. Принцип управления рисками на уровне фирмы, предусматривающий согласование соответствующих специальных мероприятий с возможностями и условиями функционирования фирмы, означает, что:

А. система управления риском является частью процедур общего менеджмента фирмы

Б. при управлении риском следует учитывать внешние и внутренние ограничения

В. процесс управления риском носит динамический характер

ЗАДАНИЕ 12. Устойчивость проекта оценивается в течение:

А. расчетного периода

Б. начального инвестиционного периода

В. одного года

ЗАДАНИЕ 13. Выбор метода и инструментов управления рисками проекта должен:

А. быть постоянной функцией

Б. происходить случайно

В. на начальном этапе проекта

ЗАДАНИЕ 14. Этап управления рисками проекта, обеспечивающий обратную связь в системе управления рисками проекта:

А. идентификация и анализ рисков

Б. мониторинг результатов и совершенствование системы управления риском

В. анализ альтернативных методов управления риском

ЗАДАНИЕ 15. «Чем выше степень риска при осуществлении хозяйственной операции, тем выше уровень планируемых от этой операции доходов» — в чем смысл этой фразы?

А. закона прямой зависимости между степенью риска и уровнем планируемых доходов

Б. закона неизбежности риска

В. закона сочетания потенциальных потерь и выгод

ЗАДАНИЕ 16. Пример наступления социальной ответственности бизнеса

А. субъект бизнеса уделил недостаточно внимания требованиям общества

Б. субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества

В. происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

Г. происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

ЗАДАНИЕ 17. Основное преимущество наблюдения, как метода сбора данных заключается в ..

А. отсутствии влияния на изучаемые явления со стороны исследователя

Б. возможности получить информацию путем личного общения

В. присутствии заказчика исследования при проведении наблюдения

ЗАДАНИЕ 18. Результаты обследования фокус-групп можно считать репрезентативными.

А. Нет

Б. Да

ЗАДАНИЕ 19. Результаты ... исследований можно переносить на группы большего размера

А. кабинетных

Б. качественных

В. Количественных

ЗАДАНИЕ 20. Деловая беседа предполагает:

- использование лесты;
- использование литературного языка;
- **комплиментарное воздействие;**
- чрезмерное использование иностранных слов и профессионального жаргона

ЗАДАНИЕ 21. К принципам международного бизнеса не относятся:

- бережное отношение к окружающей среде;
- **поддержка односторонних торговых отношений;**
- уважение правовых норм

ЗАДАНИЕ 22. Что должно лежать в основе служебных контактов?

- взаимный интерес;
- **интересы дела;**
- личная выгода;
- собственные амбиции;
- социальные и политические проблемы

ЗАДАНИЕ 23. Устойчивое развитие характеризуется тремя главными компонентами. К которым НЕ относится:

а) экологическая безопасность

б) социальная справедливость

в) генетическая эффективность;

г) экономическая эффективность

ЗАДАНИЕ 24. К принципам международного бизнеса НЕ относятся:

А. бережное отношение к окружающей среде;

Б. поддержка односторонних торговых отношений;

В. уважение правовых норм

ЗАДАНИЕ 25. Набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации, и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий называется:

А. должностные обязанности;

Б. кодекс чести;

В. корпоративная культура;

Г. правила внутреннего распорядка

ЗАДАНИЕ 26. Этика бизнеса как наука возникает в ...

А. конце XIX века;

Б. конце XX века;

В. период формирования буржуазных отношений;

Г. середине XX века

ЗАДАНИЕ 27. Этический принцип деятельности, которым аудитор должен непременно руководствоваться:

- доброжелательность

- **профессиональное поведение**
- публичность отчетности

ЗАДАНИЕ 28. «Хартия бизнеса в России» декларирует принципы, исключаящие ...

- обман
- **фальсификацию качества**
- возможность получения незаконных доходов
- беззаконие
- некорректную рекламу
- неуважение партнеров

ЗАДАНИЕ 29. Виды проявления госрегулирования социальной сферы (4 варианта):

- **налоговые льготы**
- **информационная поддержка**
- **финансирование**
- **юридическая поддержка**
- тарифная политика
- таможенное регулирование

ЗАДАНИЕ 30. Две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

- увеличение прибыли и снижение расходов
- характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов
- **корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации**
- минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.08 Стратегии устойчивого развития компаний

ЗАДАНИЕ 1. Верно ли утверждение, что в России нет законов или стандартов, как-либо регулирующих соблюдение компаниями принципов ESG? (да/нет)

Ответ: Да.

ЗАДАНИЕ 2. Верно ли утверждение, что реализация ESG-рисков, или нефинансовых рисков, не имеет финансовых последствий для организации? (да/нет)

Ответ: нет

ЗАДАНИЕ 3. Какой термин можно определить следующим образом: «следствие действия либо бездействия, в результате которого существует реальная возможность получения неопределенных результатов различного характера»

Ответ: риск

ЗАДАНИЕ 4. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей, носит название ... (родительный падеж)

Ответ: социальной ответственности

ЗАДАНИЕ 5. Согласно модели А. Керолла, корпоративная социальная ответственность являет собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме ... (родительный падеж)

Ответ: пирамиды

ЗАДАНИЕ 6. Стадия организационного обучения корпоративной социальной ответственности, на которой организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия – стадия ...(какая?)

Ответ: оборонительная

ЗАДАНИЕ 7. Международный стандарт, действующий по принципу «триединого итога», лежащий в основе индекса Доу-Джонса

Ответ: GRI – Global Reporting Initiative

ЗАДАНИЕ 8. Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции....

Ответ: повышение уровня и качества жизни

ЗАДАНИЕ 9. Элемент, который в дополнение к традиционной модели корпоративной социальной ответственности должен подключиться для ее эффективной реализации в современных российских условиях

Ответ: региональная власть

ЗАДАНИЕ 10. Релевантная концепция, разработанная, начиная с 1950-х гг., в мировой управленческой литературе, наиболее распространенная в США носит название...

Ответ: корпоративная социальная ответственность

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.О.08 Стратегии устойчивого развития компаний

ЗАДАНИЕ 1. Назовите и расшифруйте не менее 2-х видов ESG-стандартов.

Ответ:

- **Global Reporting Initiative's (GRI) Sustainability Reporting Standards** — стандарты отчетности об устойчивом развитии Глобальной инициативы отчетности, включают требования о всеобъемлющей отчетности компаний в управленческой, экономической, экологической и социальной сферах.
- **International Integrated Reporting Council's (IIRC) Integrated Reporting (IR) Framework** — структура интегрированной отчетности, которая рассматривает 6 видов используемого фирмой капитала, 7 руководящих принципов отчетности и 8 ее составляющих.
- **Sustainability Accounting Standards Board's (SASB) Sustainability Accounting Standards** — стандарты отчетности об устойчивом развитии. Представляют собой набор стандартов для 77 промышленных отраслей. Также представлены минимальный набор тематик отчетности для каждой из отраслей и метрики для количественной оценки эффекта и возможности сравнительно-сопоставительного анализа.
- **Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD)** — рекомендации Целевой группы по раскрытию финансовой информации, связанной с изменением климата

ЗАДАНИЕ 2. Назовите основные принципы Социальной хартии российского бизнеса (не менее 4-х)

Ответ: 1) Экономическая свобода и ответственность, деловая этика, 2) Партнерство в бизнесе и взаимодействие с заинтересованными сторонами, 3) Соблюдение прав человека, 4). Сохранение окружающей среды и климатическая повестка, 5) Участие в развитии местных сообществ и территорий, 6) Открытость и прозрачность

ЗАДАНИЕ 3. В чём проявляется государственное регулирование социальной сферы

Ответ: налоговые льготы, информационная поддержка, финансирование, юридическая поддержка

ЗАДАНИЕ 4. Назовите вопросы, положенные в основу принципов «Социальной хартии российского бизнеса», принятой в 2004 г.

Ответ: вопросы экономической и финансовой устойчивости; прав человека, качества продукции, взаимоотношений с потребителями; участия в развитии местного сообщества; экологической безопасности

ЗАДАНИЕ 5. Кто может выступать в качестве субъекта социальных инвестиций?

Ответ: органы государственной власти, государственные и муниципальные предприятия, российские и иностранные частные коммерческие и некоммерческие организации, физические лица

ЗАДАНИЕ 6. В каких сферах проявляется социальная ответственность бизнеса?

Ответ: уплата налогов в фонд медицинского страхования, финансирование корпорацией мероприятий по охране окружающей среды, благотворительность, социально-ориентированная политика в отношении сотрудников корпорации

ЗАДАНИЕ 7. Каковы результаты корпоративного поведения компании, предусматриваемые моделью корпоративной социальной деятельности А. Керолла?

Ответ: воздействие на общество, социальные программы, социальная политика

ЗАДАНИЕ 8. Какие элементы, по рекомендации ООН, включает в себя понятие «уровень жизни»? Назовите не менее 5-х элементов.

Ответ: здоровье, пища, одежда, условия труда, занятость, образование, жилище, социальное обеспечение

ЗАДАНИЕ 9. Назовите страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х — начале 70-х годов XX в. Назовите не менее 2-х стран.

Ответ: США, Великобритания, Япония, Германия

ЗАДАНИЕ 10. В чём суть стратегии «голубых океанов», предложенную одноимённой книге В. Чан Ким и Рене Моборн?

Ответ: Суть стратегии «голубых океанов» в том, чтобы не пытаться обогнать конкурентов, а создать новый рынок, где их нет

ЗАДАНИЕ 11. «Модель 6 путей» предлагает варианты поиска новых рынков. Назовите эти пути, не менее трёх.

Ответ: изучение альтернативных отраслей; изучение альтернативных сегментов в своей отрасли; анализ цепочки покупателей; повышение ценности предложения за счёт дополнительных продуктов и услуг;

добавление к предложению эмоций или, наоборот, их исключение; прогнозирование трендов

ЗАДАНИЕ 12. Расшифруйте понятие SPOD-мир и дайте характеристику этому понятию

Ответ: Steady – устойчивый; Predictable – предсказуемый; Ordinary – простой; Definite – определенный.

ЗАДАНИЕ 13. Расшифруйте понятие VUCA-мир и дайте характеристику этому понятию

Ответ: Volatility – изменчивый; Uncertainty – неопределенный; Complexity – сложный; Ambiguity – неоднозначный.

ЗАДАНИЕ 14. Расшифруйте понятие BANI-мир и дайте характеристику этому понятию

Ответ: Brittle – хрупкий; Anxious – тревожный; Nonlinear – нелинейный; Incomprehensible – непостижимый.

ЗАДАНИЕ 15. Что, согласно концепции В. Чан Ким и Рене Моборна, является характерными признаками красного или алого океана. Назовите не менее 3 признаков.

Ответ: высокая конкуренция в нише; четко очерченный круг клиентских потребностей; невозможность получить высокую прибыль из-за сильной конкуренции на рынке; периодическое сокращение себестоимости товаров и услуг, нередко за счет их качества.

ЗАДАНИЕ 16. Главный врач больницы запретил журналистам пройти на территорию больницы для освещения благотворительной акции, проводимой городским управлением социальной защиты населения.

Ответ: Главный врач действовал в рамках своих полномочий. На медицинский персонал ложится обязанность предотвращать нарушение медицинской тайны со стороны третьих лиц, в том числе и журналистов. Разглашение сведений, составляющих медицинскую тайну, кроме случаев, прямо предусмотренных законом, осуществляется лишь с согласия гражданина или его законного представителя.

В противном случае, любой из граждан был бы вправе подать на главного врача, как и на журналистов, в суд, по вопросу возмещения морального ущерба.

ЗАДАНИЕ 17. В 2010 году глава «Магнита» Сергей Галицкий дал интервью газете «Ведомости», где заявил: «На самом деле нами движет нажива. Социальная ответственность приводит к тому, что появляется на улице куча бездельников, которые приходят к нам и говорят: «Помогите нам». Не может быть у бизнеса социальной ответственности. Бизнес должен зарабатывать деньги и платить налоги».

Возможно ли в 2023 году такое публичное заявление руководителя? Каковы, на ваш взгляд, риски подобного заявления?

Проанализируйте ситуацию и дайте комментарий по поводу правомерности действий охраны: «Охрана нефтеперерабатывающего завода запретила журналисту снимать внешний вид даже издали».

Ответ: Согласно ФЗ «О СМИ», журналист имеет право производить любые записи, в том числе с использованием средств аудиовизуальной техники, кино- и фотосъемку, за исключением случаев, предусмотренных законом. Из

этого следует, что закон не содержит ограничений на съемку нефтеперерабатывающих заводов.

ЗАДАНИЕ 18. Проанализируйте ситуацию и дайте комментарий по поводу правомерности действий предприятия: «Предприятие отказалось предоставить информацию о влиянии своей деятельности на санитарно-эпидемиологическую обстановку в регионе, указав, что информация является товаром и поэтому может быть предоставлена только за плату».

Ответ: реализация права на доступ к информации не может быть поставлена в зависимость от материального положения человека или от финансового положения средств массовой информации, через которые граждане могут узнать данную информацию.

ЗАДАНИЕ 19. Особенность российской трактовки понятия «деловой этики» заключается в том, что ...

Ответ: в ней соединяются черты, характерные как для европейского, так и для американского понимания данного термина

ЗАДАНИЕ 20. Кто является субъектами социальных инвестиций? Назовите не менее 3-х.

Ответ: органы государственной власти, государственные и муниципальные предприятия, российские и иностранные частные коммерческие и некоммерческие организации, физические лица

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний

Период окончания формирования компетенции: 4 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры (1 семестр)
- Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа (3 семестр)
- Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний (3 семестр)
- Б1.В.07 Создание медиапродукта (3 семестр)
- Б1.В.08 Видеопродакшн для социальных медиа (2 семестр)
- Б1.В.09 Презентация медиапродукта (3 семестр)
- Б1.В.10 Технология переговорного процесса (3 семестр)
- Б1.В.12 Бизнес-аналитика (2 семестр)
- Б1.В.13 Кризисные коммуникации (3 семестр)

– Практики (блок 2):

- Б2.В.01(П) Производственная практика (профессионально-творческая) 2 семестр
- Б2.В.03(П) Производственная практика (проектно-аналитическая) 4 семестр
- Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная) 4 семестр

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры

ЗАДАНИЕ 1. Комплекс документов, закрепляющих функции, задачи, цели, а также права и обязанности работников и руководителей по выполнению конкретных действий, - это ...

- а) корпоративные стандарты
- б) регламенты
- в) шаблоны документов
- г) организационно-распорядительная документация**

ЗАДАНИЕ 2. Основной целью сетевого планирования является ...

- а) управление трудозатратами проекта
- б) снижение до минимума времени реализации проекта**
- в) максимизация прибыли от проекта
- г) определение последовательностей выполнения работ
- д) моделирование структуры проекта

Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа

ЗАДАНИЕ 3. К какому типу медиа относится блог компании?

- а) собственные медиа**
- б) платные медиа
- в) заработанные медиа

ЗАДАНИЕ 4. Качественный посетитель сайта – это...

- а) пользователь, просмотревший более одной страницы на посещаемом сайте**

- б) пользователь, просмотревший более 10 страниц на посещаемом сайте
- в) пользователь, который провел более минуты просматривая посещаемый сайт

ЗАДАНИЕ 5. Направляет обсуждение в нужное русло, нейтрализует негативное отношение пользователей, повышает активность пользователей в сообществах:

- а) контент-менеджер
- б) PR-менеджер
- в) комьюнити-менеджер**

ЗАДАНИЕ 6. Какой из вариантов лучше всего описывает интересы и ценности аудитории ВКонтакте?

- а) знакомства, бесплатный контент, музыка, видео, дешевые покупки**
- б) бесплатный контент (музыка, видео), политика, самообразование
- в) студенческая жизнь, знакомства, любовь
- г) дешевые покупки, семья, любовь, саморазвитие

Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний

ЗАДАНИЕ 7. Найдите один лишний вариант. В задачи корпоративных мероприятий не входит:

- а) сплочение коллектива;
- б) повышение лояльности коллектива;
- в) привлечение внимания бизнес-сообщества;**
- г) введение новых сотрудников (как правило, руководства).

ЗАДАНИЕ 8. Что не входит в ожидаемые результаты проекта?

- а) документы
- б) существенные изменения
- в) краткосрочные изменения
- г) срочные изменения**

ЗАДАНИЕ 9. Что составляет примерно 30% общей трудоемкости проекта?

- а) разработка рекомендаций
- б) аналитический отчет
- в) диагностика**
- г) реализация проекта

ЗАДАНИЕ 10. Состав вспомогательных материалов для процесса организационного планирования варьируется в зависимости от предметной области и размерности проекта - помимо прочего, сюда часто относят ... (укажите 2 варианта ответа)

- а) организационную структуру
- б) описание должностей**
- в) потребности в обучении**
- г) календарные планы проекта

Б1.В.07 Создание медиапродукта

ЗАДАНИЕ 11. Социодемографические параметры целевой аудитории включают:

- а) пол, возраст, образование, уровень дохода**
- б) систему ценностей, стиль жизни
- в) частоту потребления товара, уровень лояльности торговой марке
- г) приверженность традициям, склонность к риску
- д) место проживания, места совершения покупок

ЗАДАНИЕ 12. Психографические параметры целевой аудитории включают:

- а) пол, возраст, образование
- б) семейное положение, наличие/отсутствие детей
- в) систему ценностей, стиль жизни**
- г) частоту потребления товара, уровень лояльности торговой марке
- д) уровень дохода, принадлежность к социальному классу

ЗАДАНИЕ 13. Что такое медиа-холдинг?

- а) это объединение средств массовой информации с целью диверсификации экономических рисков или усиления политического влияния;**
- б) это компания, которая принадлежит относительно небольшому числу акционеров;
- в) это содружество частных компаний, имеющих пакет акций в разных банках;
- г) это компании, созданные в разных городах и объединенных по тематическому принципу.

ЗАДАНИЕ 14. SMM-специалист – это...

- а) редактор сайта;
- б) сотрудник, который занимается распространением контента СМИ на площадках социальных сетей и мессенджеров;**
- в) продюсер;
- г) маркетолог.

ЗАДАНИЕ 15. Какие этапы входят в жизненный цикл медиапроекта для ТВ? Выберите правильный вариант ответа.

- а) организационно-подготовительный этап, технологический этап, заключительный этап;**
- б) замысел, сценарий, съемка, монтаж, звуковое оформление.
- в) идея, реализация, воплощение;
- г) финансовая подготовка, разработка технологии, съемка.

ЗАДАНИЕ 16. Какова специфика телевизионного медиапроекта по сравнению с медиапроектом, созданным для радио?

- а) нельзя пользоваться текстовой информацией;
- б) часть информации подается с помощью визуального ряда;**
- в) журналист обязательно должен представить в начале и конце каждого выпуска себя и своих гостей;
- г) особых отличий нет, радио и телевидение как каналы распространения информации одинаковы.

ЗАДАНИЕ 17. Можно ли пользоваться зарубежными примерами телепроектов для создания собственного на отечественном телевидении?

- а) нет, это противоречит законодательству РФ;
- б) можно, только если проект-оригинал не противоречит законодательству РФ и не нарушает принятых в России морально-этических норм;**
- в) таких примеров в опыте российского телевидения ещё не имеется;
- г) технические стандарты отечественного телевидения не приспособлены под создание такого рода медиапроектов.

ЗАДАНИЕ 18. Что такое оригинальная фонограмма?

- а) музыка, написанная специально приглашенным композитором и специально для данной программы;**
- б) нестандартный вариант обработки известной мелодии;
- в) фонограмма для озвучивания номеров оригинального жанра;
- г) это запись известного композитора.

ЗАДАНИЕ 19. Что из перечисленного не входит в обязанности монтажера?

- а) удаление зашумленных фрагментов фонограммы;
- б) редактирование авторского текста перед записью;**
- в) соединение речи, музыки и шумов в единую фонограмму;
- г) оцифровка аналоговых звуковых фрагментов передачи.

ЗАДАНИЕ 20. Найдите строку, где правильно перечислены выразительные средства шумов:

- а) темп, тембр, регистр;**
- б) тематическое совпадение, темп, фон;
- в) громкость, глубина, тональность;
- г) тембр, регистр, тональность.

Б1.В.08 Видеопродакшн для социальных медиа

ЗАДАНИЕ 21. Если при финансировании телевизионного медиапроекта возникли сложности, каким образом можно оптимизировать финансовые затраты?

- а) объединить функции режиссера и сценариста, оператора и монтажера;**
- б) привлечь дорогостоящих специалистов;
- в) устроить рабочую забастовку;
- г) взять потребительский кредит.

ЗАДАНИЕ 22. Что такое медиа-холдинг?

- а) это объединение средств массовой информации с целью диверсификации экономических рисков или усиления политического влияния;**
- б) это компания, которая принадлежит относительно небольшому числу акционеров;
- в) это содружество частных компаний, имеющих пакет акций в разных банках;
- г) это компании, созданные в разных городах и объединенных по тематическому принципу.

ЗАДАНИЕ 23. SMM-специалист – это...

- а) редактор сайта;
- б) сотрудник, который занимается распространением контента СМИ на площадках социальных сетей и мессенджеров;**
- в) продюсер;
- г) маркетолог.

ЗАДАНИЕ 24. Какие этапы входят в жизненный цикл медиапроекта для ТВ? Выберите правильный вариант ответа.

- а) организационно-подготовительный этап, технологический этап, заключительный этап;**
- б) замысел, сценарий, съемка, монтаж, звуковое оформление.
- в) идея, реализация, воплощение;
- г) финансовая подготовка, разработка технологии, съемка.

ЗАДАНИЕ 25. Какова специфика телевизионного медиапроекта по сравнению с медиапроектом, созданным для радио?

- а) нельзя пользоваться текстовой информацией;
- б) часть информации подается с помощью визуального ряда;**
- в) журналист обязательно должен представить в начале и конце каждого выпуска себя и своих гостей;
- г) особых отличий нет, радио и телевидение как каналы распространения информации одинаковы.

ЗАДАНИЕ 26. Можно ли пользоваться зарубежными примерами телепроектов для создания собственного на отечественном телевидении?

а) нет, это противоречит законодательству РФ;

б) можно, только если проект-оригинал не противоречит законодательству РФ и не нарушает принятых в России морально-этических норм;

в) таких примеров в опыте российского телевидения ещё не имеется;

г) технические стандарты отечественного телевидения не приспособлены под создание такого рода медиапроектов.

Б1.В.09 Презентация медиапродукта

ЗАДАНИЕ 27. Какой вариант мультимедийной публикации лучше всего подходит для материалов-инструкций, содержащих алгоритмы действий? (Например, как оформить пособие, как пожаловаться на некачественное оказание услуг и т. п.).

а) видеоролик;

б) подкаст;

в) текст с инфографикой;

г) текст.

ЗАДАНИЕ 28. Что такое прямой эфир:

а) это работа ведущего в кадре;

б) это программирование вещания;

в) это процесс непосредственной передачи телевизионного или радиосигнала с места проведения записи в эфир, то есть трансляция сигнала в реальном времени;

г) это возможность интернет-вещания.

ЗАДАНИЕ 29. Можно ли пользоваться зарубежными примерами телепроектов для создания собственного на отечественном телевидении?

а) нет, это противоречит законодательству РФ;

б) можно, только если проект-оригинал не противоречит законодательству РФ и не нарушает принятых в России морально-этических норм;

в) таких примеров в опыте российского телевидения ещё не имеется;

г) технические стандарты отечественного телевидения не приспособлены под создание такого рода медиапроектов.

Б1.В.10 Технология переговорного процесса

ЗАДАНИЕ 30. Спор, преследующий целью отстоять свою точку зрения, это:

а) полемика

б) дискуссия

в) переговоры

г) дебаты

ЗАДАНИЕ 31. Деловой стиль, характеризующийся вниманием к состоянию собеседника, это:

а) энергичный стиль

б) эмоциональный стиль

в) творческий стиль

г) методический стиль

ЗАДАНИЕ 32. Вид слушания с обратной связью к собеседнику, это:

а) рефлексивное слушание

б) нерефлексивное слушание

ЗАДАНИЕ 33. Приведение в качестве доводов известных афоризмов – это:

- а) сильные аргументы
- б) слабые аргументы**
- в) несостоятельные аргументы

ЗАДАНИЕ 34. Деловой стиль, представитель которого характеризуется многословием:

- а) энергичный стиль
- б) методический стиль**
- в) творческий стиль

ЗАДАНИЕ 35. Ваши слушатели затеяли дискуссию. Кому вы предоставите слово первому?

- а) вашему стороннику**
- б) вашему противнику
- в) воздержавшемуся

ЗАДАНИЕ 36. Выводы, подтвержденные экспериментальной проверкой – это:

- а) сильные аргументы**
- б) слабые аргументы
- в) несостоятельные аргументы

ЗАДАНИЕ 37. Тактический прием, при котором в формулировку позиции включаются пункты, которые потом можно будет безболезненно снять, формируя впечатление, что это является уступкой.

- а) завышение требований**
- б) расстановка ложных акцентов в собственной позиции
- в) прием пакетирования
- г) выдвижение требований по нарастающей

ЗАДАНИЕ 38. Спор, в ходе которого участвуют все присутствующие – это

- а) массовый спор-полилог**
- б) групповой спор-полилог
- в) диалог
- г) монолог

Б1.В.12 Бизнес-аналитика

ЗАДАНИЕ 39. Архитектура предприятия – это (вставить пропущенное словосочетание)

- а) искусство проектировать и строить бизнес-центры и производственные здания;
- б) стиль управления;
- в) единая система, которая описывает существующие организационные структуры, цели и показатели их достижения, линейку создаваемых продуктов/услуг, которые приносят доход, а также инфраструктуру (программное и аппаратное обеспечение, оборудование), используемые в работе.**

Б1.В.13 Кризисные коммуникации

ЗАДАНИЕ 40. Неудовлетворение работников и неблагоприятный моральный климат в коллективе – это примеры:

- а) неожиданных;**

- б) назревающих;**
- в) непрерывных кризисов.

ЗАДАНИЕ 41. Сплетни или спекуляции, сообщаемые средствами массовой информации или передающиеся из уст в уста – это примеры:

- а) неожиданных;
- б) назревающих;**
- в) непрерывных кризисов.**

ЗАДАНИЕ 42. Возникновение кризисной ситуации, как правило, сопровождается:

- а) стрессовым состоянием персонала организации;
- б) дефицитом времени для принятия решений по урегулированию кризиса;**
- в) планомерной реализацией персоналом своих функциональных обязанностей;
- г) спокойным морально-психологическим климатом в коллективе.

ЗАДАНИЕ 43. Внешние по отношению к организации причины возникновения кризиса, на которые влиять невозможно или возможно ограничено, сводятся к таким, как:

- а) ужесточение конкуренции;**
- б) инфляционные процессы;
- в) политическая нестабильность;
- г) общественное мнение.

ЗАДАНИЕ 44. План управления кризисными ситуациями может включать:

- а) перечень мероприятий, необходимых при возникновении кризисной ситуации;**
- б) функции центра по контролю за ходом выполнения работ в кризисной ситуации;
- в) определение персонального состава сотрудников оперативных антикризисных групп подразделений;
- г) направления развития социальной инфраструктуры предприятия.

ЗАДАНИЕ 45. Мероприятия, входящие в предкризисный этап антикризисного PR:

- а) прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий;**
- б) упреждение, нейтрализация;
- в) оценка, мониторинг.

Б2.В.01(П) Производственная практика (профессионально-творческая)

ЗАДАНИЕ 46. Что такое мультимедийная журналистика?

- а) новости из мира мультимедиа
- б) журналистика с инфографикой, на которой демонстрируется статистика
- в) способ подачи информации, в котором используются разные медиа (текст, фото, видео, инфографика и т.д.)**
- г) подход в работе журналиста, в котором он пишет сразу для нескольких СМИ

ЗАДАНИЕ 47. Структурная декомпозиция работ (СДР) проекта – это ...

- а) графическое изображение иерархической структуры всех работ проекта**
- б) направления и основные принципы осуществления проекта
- в) дерево ресурсов проекта
- г) организационная структура команды проекта

Б2.В.03(П) Производственная практика (проектно-аналитическая)

ЗАДАНИЕ 48. Коммуникационный бриф – это:

- а) документ, структура которого разработана Ассоциацией коммуникационных агентств России, его нельзя трансформировать;
- б) формальный документ, который можно не заполнять, если агентство выполняло ранее заказы клиента;
- в) документ с универсальной структурой, которую каждое агентство адаптирует под себя;**
- г) аналог договора, если заказчик работает с индивидуальным предпринимателем

ЗАДАНИЕ 49. Стратегия проекта – это ...

- а) желаемый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного осуществления проекта в заданных условиях его выполнения
- б) направления и основные принципы осуществления проекта**
- в) получение прибыли
- г) причина существования проекта

Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная)

ЗАДАНИЕ 50. Концепция проекта ... (выберите 3 варианта ответа)

- а) должна быть согласована ключевыми участниками проекта: заказчиком, инвестором, спонсором и др.**
- б) обязательно содержит описание целей проекта, его основных параметров**
- в) утверждается в завершении фазы инициации проекта**
- г) обязательно содержит сводный календарный план проектных работ
- д) обязательно должна быть оформлена в виде паспорта проекта
- е) обязательно должна содержать концепции по управлению коммуникациями, поставками и контрактами

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры

ЗАДАНИЕ 1. Документ (система документов), содержащий описание и ... проекта, - это проектные материалы

Ответ: обоснование

ЗАДАНИЕ 2. Расположите в правильной последовательности фазы жизненного цикла проекта:...

- 1 исследование
- 2 планирование
- 3 реализация
- 4 окончание проекта

Ответ: 1-2-3-4

ЗАДАНИЕ 3. Расположите в правильной последовательности процессы внедрения корпоративной системы управления проектами (КСУП):

- 1 организация обучения персонала в области управления проектами
- 2 разработка повторяемых процессов и регламентирующие документы по управлению проектами
- 3 создание культуры проектного менеджмента
- 4 регламентация того, какие объекты будет подвергаться бенчмаркингу
- 5 анализ ошибок при реализации предыдущих программ и проектов

Ответ: 1-2-3-4-5

ЗАДАНИЕ 4. Определение целей и путей их достижения посредством каких-либо намеченных и разработанных программ действий, которые в процессе реализации могут корректироваться в соответствии с изменившимися обстоятельствами, - это ...

Ответ: Бизнес-планирование

Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа

ЗАДАНИЕ 5. Веб-страница, содержащая информацию об услуге или товаре, переход на которую осуществляется по ссылке из рекламного объявления, называется....

Ответ: Лендинг, landing page или целевая страница

ЗАДАНИЕ 6. Сеть, построенная на технологии интернет для использования внутренними сотрудниками, называется....

Ответ: Интранет

ЗАДАНИЕ 7. Совокупность ключевых слов и фраз, которые характеризуют профиль сайта, называется (3 слова)

Ответ: семантическое ядро поиска

Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний

ЗАДАНИЕ 8. О каком типе культуры идет речь?

«В организации с данным типом культуры набирают новых молодых сотрудников, которые проявляют интерес к долговременному сотрудничеству и согласны медленно продвигаться по служебной лестнице. В отличие от «клубной культуры», работники здесь редко переходят из одного отдела в другой или из одного направления в другое. Основанием для поощрения и продвижения являются хорошая работа и профессиональное мастерство».

Ответ: академическая

ЗАДАНИЕ 9. Как называется свод правил, опубликованный для ознакомления и принятия сотрудниками и партнерами организации?

Ответ: этический кодекс

ЗАДАНИЕ 10. Сколько категорий дел в матрице Эйзенхауэра?

Ответ: 4

Б1.В.07 Создание медиапродукта

ЗАДАНИЕ 11. Специалист, который занимается подбором музыкального оформления телевизионных программ, составлением музыкальных композиций, аудиомонтажом, называется...

Ответ: звукорежиссер

ЗАДАНИЕ 12. Естественный звуковой фон, передающий атмосферу события, звуковое сопровождение видеоматериала без использования голоса корреспондента называется...

Ответ: интершум

ЗАДАНИЕ 13. Создание фонограммы аудиовизуального проекта путем соединения всех звуковых компонентов (голоса, интершумов, шумов, музыки).

Ответ: монтаж звука.

ЗАДАНИЕ 14. Процесс создания и распространения (трансляции) звуковых или видеофайлов, по форме похожих на радио- и телепередачи в интернете – это ...

Ответ: подкастинг

ЗАДАНИЕ 15. Вид подкастинга, в котором аудио синхронизируется с визуальным рядом, представляющим собой слайды, созданные в PowerPoint или аналогичных приложениях, это...

Ответ: слайдкаст

ЗАДАНИЕ 16. Форма блога, в котором средством передачи информации является видео.

Ответ: влог или видеоблог.

ЗАДАНИЕ 17. Проект по созданию какого-то медийного продукта или же создание продукта посредством медийных технологий называется...

Ответ: медиапроект

ЗАДАНИЕ 18. Группа людей, у которых есть потребность в продукте и возможность его купить, объединенных по возрасту, полу, месту проживания, профессии, личным предпочтениям и другим признакам, носит название...

Ответ: целевая аудитория / целевая группа

ЗАДАНИЕ 19. Должность руководителя процесса создания и продвижения аудиовизуального контента на телевидении, занимающегося организацией финансирования проектов и контролем за использованием денежных средств, поиском тем и героев для телепередач, взаимодействием с возможными героями называется...

Ответ: продюсер

ЗАДАНИЕ 20. Телевидение и видеоблоги эффективнее воздействуют на <...> составляющую сознания человека. Вставьте пропущенное понятие в этой фразе.

Ответ: Чувственно-эмоциональную.

ЗАДАНИЕ 21. Какая коммуникационная стратегия чаще всего характерна для государственных, ведомственных и муниципальных СМИ?

Ответ: Манипулятивная/мобилизационная.

ЗАДАНИЕ 22. Как называется редакция, которая ориентируется на мультимедийную подачу контента и его распространение на разных платформах?

Ответ: конвергентная.

ЗАДАНИЕ 23. Совокупность всех мероприятий, связанных с подготовкой проекта для съемок, включающей в себя написание сценария, подбор команды и актёров, разработку художественной среды фильма, выбор локаций называется...

Ответ: продюракш.

ЗАДАНИЕ 24. Процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и выбранное для изучения, называется...

Ответ: объект исследования

ЗАДАНИЕ 25. Вставьте пропущенное слово.

... как новая медиакommunikационная среда стал главной причиной кризиса прессы.

Ответ: интернет.

Б1.В.08 Видеопродакшн для социальных медиа

ЗАДАНИЕ 26. Проект по созданию какого-то медийного продукта или же создание продукта посредством медийных технологий называется...

Ответ: медиапроект

ЗАДАНИЕ 27. Телевидение и видеоблоги эффективнее воздействуют на <...> составляющую сознания человека. Вставьте пропущенное понятие в этой фразе.

Ответ: Чувственно-эмоциональную.

ЗАДАНИЕ 28. Группа людей, у которых есть потребность в продукте и возможность его купить, объединенных по возрасту, полу, месту проживания, профессии, личным предпочтениям и другим признакам, носит название...

Ответ: целевая аудитория / целевая группа

ЗАДАНИЕ 29. Должность руководителя процесса создания и продвижения аудиовизуального контента на телевидении, занимающегося организацией финансирования проектов и контролем за использованием денежных средств, поиском тем и героев для телепередач, взаимодействием с возможными героями называется...

Ответ: продюсер

ЗАДАНИЕ 30. Совокупность всех мероприятий, связанных с подготовкой проекта для съемок, включающей в себя написание сценария, подбор команды и актёров, разработку художественной среды фильма, выбор локаций называется...

Ответ: предпродакш.

ЗАДАНИЕ 31. Процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и выбранное для изучения, называется...

Ответ: объект исследования

Б1.В.09 Презентация медиапродукта

ЗАДАНИЕ 32. Какой из пунктов 5Р в презентации продукта отсутствует в описании: Планирование, подготовка, практика, производительность и?

Ответ: эмоции

Б1.В.10 Технология переговорного процесса

ЗАДАНИЕ 33. Что такое переговоры?

Ответ: спор с целью достижения согласия

ЗАДАНИЕ 34. Как называются переговоры, участники которого зафиксированы на позициях?

Ответ: позиционный торг

ЗАДАНИЕ 35. Какая полемическая уловка использована в приведенном примере? Пример: Все знают, что Александр Александрович Блок родился и воспитывался в высококультурной дворянско-интеллигентской семье.

Ответ: ставка на ложный стыд

ЗАДАНИЕ 36. Какая полемическая уловка использована в приведенном примере? Вы, как человек умный, конечно, согласитесь, что проблема экологии является актуальнейшей проблемой сегодняшнего дня.

Ответ: подмазывание аргумента

ЗАДАНИЕ 37. Охарактеризуйте по структуре следующий вопрос: Так вы будете это делать или нет?

Ответ: закрытый (уточняющий), альтернативный

ЗАДАНИЕ 38. Какой вид отказа реализуется в следующем примере: мне очень жаль, но я не смогу этого сделать?

Ответ: отказ- сожаление

ЗАДАНИЕ 39. Какой вид отказа реализуется в следующем примере: я вынужден отказаться от этого предложения?

Ответ: отказ-вынужденность

ЗАДАНИЕ 40. Какой вид отказа реализуется в следующем примере: боюсь, что это невозможно?

Ответ: отказ-опасение

ЗАДАНИЕ 41. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: Несколько вопросов предлагаются к рассмотрению в виде «пакета», т.е. обсуждаются не отдельные вопросы, а весь комплекс в целом. В «пакете» могут быть увязаны как привлекательные, так и непривлекательные для оппонента предложения (но выигрышные для нас). Если оппонент крайне заинтересован в привлекательной для него части комплекса, то высока вероятность того, что он согласится на «пакет» в целом.

Ответ: прием пакетирования

ЗАДАНИЕ 42. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: Участники переговоров демонстрируют крайнюю заинтересованность в решении какого-либо вопроса, который на самом деле является для них второстепенным. Затем вопрос снимается и таким образом создается видимость уступки.

Ответ: расстановка ложных акцентов в собственной позиции

Б1.В.12 Бизнес-аналитика

ЗАДАНИЕ 43. Что такое бизнес-процесс? (Вставить пропущенное слово или сочетание):

- а) **Коммерческая деятельность с целью получения прибыли**
- б) Любая деятельность в корпоративных масштабах
- в) Совокупность бизнес-функций
- г) Последовательность действий по преобразованию входов в выходы, удовлетворяющие потребителя

ЗАДАНИЕ 44. Владелец бизнес-процесса – это..(Вставить пропущенное сочетание)

- а) функциональный менеджер
- б) ответственный исполнитель

- в) спонсор проекта
- г) **лицо, которое отвечает за результат процесса, заинтересовано в нем, обладает ресурсами и полномочиями для его выполнения**

Б1.В.13 Кризисные коммуникации

ЗАДАНИЕ 45. Кризис является негативным явлением (выберите верное утверждение):

- а) **Нет, так как — это не только разрушение, но и создание потенциальной возможности сбыта и перспективы выхода из него благодаря падению цен;**
- б) Да, так это разрушение привычной экономической среды;
- в) Да так, кризис - это явление, которое противоречит рыночной экономике;
- г) Нет, так как во время кризиса – это «естественной отбор» в рыночной экономике.

ЗАДАНИЕ 46. Дайте характеристику кризисным коммуникациям:

- а) это искусство работы со СМИ в ситуации, которая может иметь отрицательное, разрушительное воздействие на клиента;
- б) это система связи внутри организации, применяемая во время кризиса;
- в) **комплекс мероприятий по прогнозированию, недопущению или преодолению кризиса репутации.**

ЗАДАНИЕ 47. Как не рекомендуется вести общение с СМИ во время кризиса:

- а) **поздно сообщать информацию;**
- б) говорить профессиональными терминами;
- в) честно освещать проблему.

Б2.В.01(П) Производственная практика (профессионально-творческая)

ЗАДАНИЕ 48. **Информационное сообщение, освещающее мероприятие или событие, называется _____**

Ответ: отчет

Б2.В.03(П) Производственная практика (проектно-аналитическая)

ЗАДАНИЕ 49. Кто разработал технику календарного планирования с использованием горизонтальных диаграмм?

Ответ: Гантт

ЗАДАНИЕ 50. Расставьте в правильной последовательности этапы коммуникационного проекта:

- А. Реализация
- Б. Инициация
- В. Планирование
- Г. Закрытие

Ответ: Б, В, А, Г

ЗАДАНИЕ 51. Желаемый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного осуществления проекта в заданных условиях его выполнения, называется _____.

Ответ: цель

ЗАДАНИЕ 52. _____ проекта – это стадия процесса управления проектом, включающая процессы ввода в эксплуатацию и принятия проекта заказчиком, документирования и анализа опыта реализации проекта.

Ответ: завершение

ЗАДАНИЕ 53. Методы SWOT-анализа используются для целей _____ планирования.

Ответ: стратегического

ЗАДАНИЕ 54. Основным принципом для функционирования временного сетевого виртуального офиса проекта является последовательное и эффективное использование информационных технологий и ...

Ответ: коммуникационных технологий

Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная)

ЗАДАНИЕ 55. Процесс выявления потребностей заинтересованных сторон проекта в информации и определения подхода к коммуникациям - это ...

Ответ: планирование коммуникаций

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры

ЗАДАНИЕ 1. Алексей впервые назначен на должность руководителя в интересный для него и его команды проект по разработке социальной сети для музыкантов. Команда уверена, что успешно справится с работой, хотя раньше и не имела опыта работы на таком крупном проекте. В проекте участвует 13 человек, которые описывают требования к продукту, и 9 разработчиков. Во время планирования проекта трое опытных разработчиков не пришли к единому мнению по объемам работ по 2 требованиям. Один утверждает, что необходимо добавить в структурную декомпозицию работ (СДР) еще 3 пакета работ, а другой считает, что один пакет работ нужно убрать. Третий разработчик согласен со вторым, но предлагает убрать два пакета работ. Что должен сделать в первую очередь руководитель проекта для разрешения конфликта?

Ответ: для разрешения конфликта руководитель проекта в первую очередь должен выслушать, в чем разногласия, поощрять конструктивную дискуссию и помочь прийти к договоренности

Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа

ЗАДАНИЕ 2. При создании концепции личного бренда необходим анализ конкурентов. Объясните, каковы цели и необходимость этого анализа?

Ответ: узнать опыт конкурентов в сфере, чтобы использовать его в своем продвижении; выявить недостатки, чтобы не совершать подобные ошибки.

ЗАДАНИЕ 3. Мессенджер Telegram по итогам 2021 года стал самым быстрорастущим мессенджером в России. Перечислите уникальные инструменты мессенджера, позволяющие говорить о Telegram, как о социальной сети.

Ответ: чат-боты, брендированные стикеры, видео в «Кружочках», голосовые сообщения, реакции и комментарии, трансляции

ЗАДАНИЕ 4. Компания ведет страницу в социальной сети ВКонтакте. Публикует тематический контент, отвечает на комментарии, проводит вовлекающие мероприятия для подписчиков. Перечислите возможные количественные KPI для оценки эффективности работы страницы.

Ответ: количество подписчиков, вовлечение – ER (лайки, комментарии, цитирование), охват, показы, просмотры видео, сохранения, конверсии и лидогенерация

ЗАДАНИЕ 5. Социальная сеть «ВКонтакте» богата инструментами для таргетированной рекламы. Здесь можно продвигать как отдельный пост, так и целое сообщество, таргетироваться по определённому событию или тематике. Формат напрямую зависит от бизнес-целей компании. Назовите способы продвижение в сети ВКонтакте.

Ответ: «Реклама сайта», «Карусель», «Реклама в клипах и историях», «Универсальная запись».

ЗАДАНИЕ 6. «30 Трав» - магазин травяных чаёв продает травы и травяные сборы для оздоровления организма, а также для повседневного употребления вместо чая. Вся продукция прошла сертификацию. Растения не содержат вредных примесей. Руководство планирует завести продающий аккаунт в соцсетях. Определите портрет потребителя и предложите наиболее подходящий вариант социальной сети для продвижения продукции магазина.

Ответ: потребитель – женщины старше 45 лет, ведущие здоровый образ жизни, предпочитающие простые товары и народную медицину, интересующиеся программами омоложения организма, имеющие высокий доход. Много времени проводят в социальной сети, делятся рекомендациями, любят поговорить. Соцсеть – Одноклассники.

ЗАДАНИЕ 7. Прочитайте негативный отзыв о сетевом магазине. Определите к какому типу относится автор негатива, приведите его основные характеристики.

«Доброе утро! Хочу оставить негативный отзыв о кассире который почему-то до сих пор там работает! ФИО её по чеку (скрин чека приложу или вышлю по вашему требованию) Печенюк Ольга Леонидовна, которая просто не имея страха перед законом, обмануть пытается или обманывает по количеству продуктов в чеке как минимум пробивая по 2 раза один и тот же продукт, делает это с видимой и наглой очевидностью не стесняясь ни капли и без зазрения совести с каждым практически покупателем у кого больше среднего количество продуктов в чеке! Видишь и говоришь ей, то делает, с невозмутимым и презренным лицом возврат! Уважаемая администрация магазина "Чижик", те кто будет читать этот отзыв и принимать необходимые меры в отношении этого сотрудника и прошу принять соответствующие и СТРОГИЕ меры в отношении данного сотрудника, так как её действия противозаконны и уголовно-наказуемы и ущемляют права покупателя! Заранее спасибо!»*

Ответ: Недовольный потребитель.

Он уже пользуется услугами компании и столкнулся с проблемной ситуацией, которую хочет решить. Он — основа финансового благополучия компании. Крайне важно правильно обработать его негатив.

Основные особенности недовольного потребителя:

- a. описывает локальную ситуацию, которая произошла с ним (реже — с родным или друзьями);
- b. готов поделиться дополнительной информацией, если нам это необходимо;
- c. легко уводит общение с компанией из публичного поля. Например, в личные сообщения;
- d. благодарит после решения проблемы.

ЗАДАНИЕ 8. Прочитайте негативный отзыв о сетевом магазине. Определите к какому типу относится автор негатива, приведите его основные характеристики.

«Отвертительный магазин, вечно грязно продавцы хамы. Сидят даже со стула не встанут товар показать. Товар продали просрочка это ужас.»

Ответ: Хейтер.

Может быть бывшим недовольным потребителем, чья проблема не была решена. Или это тот пользователь, который испытывает «идейную» ненависть к компании.

Хейтер спекулирует на актуальных в данный момент негативных информационных поводах.

Основные особенности:

- а. описывает негативную ситуацию общими словами без конкретики;**
- б. на уточняющие вопросы реагирует неконструктивно, каждый раз обобщает ситуацию;**
- с. возглавляет и поддерживает волну недовольства среди пользователей, если подобная возникает.**

ЗАДАНИЕ 9. Прочитайте негативный комментарий под статьей о рецептах новогодних блюд. Определите к какому типу относится автор негатива, приведите его основные характеристики.



Дали 9 месяцев

Дизлайк. Показуха. Бутафория. Автор изрядно постарался, но вряд ли все перечисленные блюда стоят ежегодно на её столе. Напоминает простую "нарезку" из журнала рецептов и интернета

Ответить



-77



Ответ: Тролль.

Главная задача — вывести из себя других пользователей, а лучше администраторов сообщества. Основные особенности:

- а. может оставлять сообщения, которые не связаны с деятельностью компании и задевают участников сообщества;**
- б. пишет с аккаунта, который на первый взгляд похож на реального человека, но по факту фейковый;**
- с. оставляет комментарии с ложной информацией, которую можно принять за правду.**

ЗАДАНИЕ 10. Прочитайте отзыв и предложите алгоритм реагирования на негатив.



Анастасия 09 Августа 2019, 02:58



Цвет: желтый, прозрачный

Размер: 42-54, Соответствует размеру

Проще надеть пакет! Будет надёжнее во всяком случае! Дождевик порвался при попытке ДОСТАТЬ его из упаковки!

[Пожаловаться на отзыв](#)

[Ответить](#)

37 0

Ответ: Реагируем оперативно.

- 1. Приветствуем.**
- 2. Приносим извинения.**
- 3. Не вступаем в спор.**
- 4. Уточняем детали.**
- 5. Решаем проблему.**
- 6. Выражаем надежду на дальнейшее сотрудничество.**
- 7. Можно предложить приятный подарок.**

ЗАДАНИЕ 11. Одним из типов качественного и полезного контента является «решение проблем пользователя». Определите проблемы, которые волнуют подписчиков сообщества «Народная медицина» и предложите варианты контента для их решения.

Ответ: проблемы: похудение; лечение конкретных заболеваний; физические упражнения; массаж; оздоровление; польза трав и продуктов и т.п.

Варианты контента: 1) обратиться к мнению профессионала в этой сфере – экспертное мнение; 2) создать инструкцию; 3) описать пример из своей практики.

Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний

ЗАДАНИЕ 12. Вы создаете корпоративное СМИ для сотрудников крупного медиахолдинга. Какие рубрики необходимо включить в данное издание?

Ответ:

Цели, задачи, принципы, официальные распоряжения.

Продукция, выпускаемая компанией компании или услуги ей оказываемые.

Условия труда и возможные изменения внутренних правил.

Обучение сотрудников

Участие в профессиональных конкурсах.

Новости отрасли и рынка в целом.

Интервью с руководящими лицами компании.

Досуг сотрудников в контексте компании (спортивные или интеллектуальные состязания и конкурсы).

Благотворительная деятельность компании.

ЗАДАНИЕ 13. Сформулировать проект личной миссии по социальной роли волонтера.

Ответ: Формула миссии: Миссия=помогать + кому? + в чем? + как? **Вариант ответа:** социализация и адаптация пожилых людей путем повышения их компьютерной грамотности. **Неправильный вариант:** помочь всем голодающим на земле; творить добро; вылечить всех больных и проч.

ЗАДАНИЕ 14. Вам нужно повысить узнаваемость ресторана на 20 %. С каких шагов вы начнёте свои действия?

Ответ: Для начала нужно провести диагностику, исследовать данную отрасль, изучить коммуникационную политику заведения, изучить конкурентное поле, провести SWOT-анализ.

ЗАДАНИЕ 15. Вам необходимо провести антикризисную кампанию – подумайте, с чем будут связаны трудности во время проведения данной кампании?

Ответ: Эти трудности будут связаны с нехваткой ресурсов, состоянием напряжения у людей, информационным дефицитом, пристальным вниманием внешних аудиторий.

ЗАДАНИЕ 16. В процессе исполнения проекта по строительству нового офисного здания для вашей компании подрядчик объявил о своем выходе из проекта и, соответственно, о прекращении работ по внутренней отделке помещений. Новый подрядчик был определен в соответствии с планом реагирования на риски. Руководитель проекта проводит совещание с представителями нового подрядчика. Что руководитель проекта должен сделать на этом совещании в первую очередь?

Ответ: В первую очередь руководитель проекта должен познакомиться с членами команды, их ролями и сферами ответственности

Б1.В.07 Создание медиапродукта

ЗАДАНИЕ 17. Редактор требует срочно подготовить сюжет к эфиру. Журналист только что вернулся с мероприятия. Он не успевает сбросить записанные видеофайлы на жесткий диск компьютера и работает с неоцифрованными файлами. Тем не менее, он успевает и сдает сюжет редактору. Тот находит ошибку и просит ее исправить. Журналист пытается открыть монтажку, где он собирал сюжет, но у него не получается это сделать. Почему?

Ответ: Журналист обязательно должен был оцифровать (или сбросить) записанный материал на жесткий диск. В специальной программе отображаются только те файлы, которые есть на внутреннем диске.

ЗАДАНИЕ 18. Журналист готовит видеосюжет на социальную тему. Записаны все составляющие: закадровый текст, интервью, лайф. На этапе саунд-дизайна – звукового оформления, журналист подбирает под дикторский текст музыкальную подложку со словами. Правильно ли он делает?

Ответ: Нет, журналист поступил неверно. Для оформления закадрового голоса надо выбирать музыкальную подложку без слов. Тематика сюжета требует музыку с соответствующим настроением, лучше нейтральную, фоновую.

Б1.В.08 Видеопродакшн для социальных медиа

ЗАДАНИЕ 19. Редактор требует срочно подготовить сюжет к эфиру. Журналист только что вернулся с мероприятия. Он не успевает сбросить записанные видеофайлы на жесткий диск компьютера и работает с неоцифрованными файлами. Тем не менее, он успевает и сдает сюжет редактору. Тот находит ошибку и просит ее исправить. Журналист пытается открыть монтажку, где он собирал сюжет, но у него не получается это сделать. Почему?

Ответ: Журналист обязательно должен был оцифровать (или сбросить) записанный материал на жесткий диск. В специальной программе отображаются только те файлы, которые есть на внутреннем диске.

ЗАДАНИЕ 20. Журналист готовит видеосюжет на социальную тему. Записаны все составляющие: закадровый текст, интервью, лайф. На этапе саунд-дизайна – звукового оформления, журналист подбирает под дикторский текст музыкальную подложку со словами. Правильно ли он делает?

Ответ: Нет, журналист поступил неверно. Для оформления закадрового голоса надо выбирать музыкальную подложку без слов. Тематика сюжета требует музыку с соответствующим настроением, лучше нейтральную, фоновую.

Б1.В.09 Презентация медиапродукта

ЗАДАНИЕ 21. Для поисковой оптимизации вашего сайта вам предлагают увеличить количество ключевых слов на страницах сайта до 15%. Согласитесь ли вы на этот шаг? Почему?

Ответ: это очень высокая доля ключевых слов, поисковые системы могут расценить ее как нарушение и заблокировать сайт. От такого шага нужно воздержаться.

ЗАДАНИЕ 22. Многие товары сложно продавать без контакта с органами чувств клиента. Особая роль в их продаже отводится не визуальному, а другим каналам восприятия, например: тактильному — ткани и пряжа, ортопедические матрасы, подушки и другие товары; обонятельному — духи, кофе, органическая косметика и бытовая химия; вкусовому — все продукты питания. Именно их задействуют в презентации товара в продажах многие продавцы, когда наглядно демонстрируют

клиенту преимущества обладания товаром. Как будет называться презентация с использованием перечисленных технологий воздействия на восприятие? Приведите пример.

Ответ: возможные варианты ответа: дегустации, тест-драйвы автомобилей, предлагают немного поиграть на желаемой игровой приставке или посетить кулинарный мастер-класс, где будет использоваться определенная посуда, бытовая техника и т. п.

Б1.В.10 Технология переговорного процесса

ЗАДАНИЕ 23. Познакомьтесь с ситуацией и предложите 3 варианта тезисов для сотрудника компании.

Ситуация: Вы - сотрудник компании «Поле-Полюшко», ваша профессиональная сфера - торговля колбасными изделиями и мясопродуктами. Вы договорились о поставке в сеть универсамов «Светофорыч» (32 магазина в Москве, 20 в Санкт-Петербурге и 60 в регионах). Вы подписали контракт на поставку опытной партии. Вам позвонил начальник коммерческого отдела и срочно попросил о встрече. Ваша цель - продолжение сотрудничества.

Начальник коммерческого отдела. Мужчина, около 40 лет, бывший военный. Вы хотите получить первую партию по минимальной цене, вы решили еще раз встретиться, чтобы проверить «уступчивость» клиента.

ЗАДАНИЕ 24. Познакомьтесь с ситуацией и предложите 3 варианта тезисов для начальника коммерческого отдела.

Ситуация: Вы - сотрудник компании «Поле-Полюшко», ваша профессиональная сфера - торговля колбасными изделиями и мясопродуктами. Вы договорились о поставке в сеть универсамов «Светофорыч» (32 магазина в Москве, 20 в Санкт-Петербурге и 60 в регионах). Вы подписали контракт на поставку опытной партии. Вам позвонил начальник коммерческого отдела и срочно попросил о встрече. Ваша цель - продолжение сотрудничества.

Начальник коммерческого отдела. Мужчина, около 40 лет, бывший военный. Вы хотите получить первую партию по минимальной цене, вы решили еще раз встретиться, чтобы проверить «уступчивость» клиента.

ЗАДАНИЕ 25. Перечислите ситуации, когда имеет смысл вести переговоры.

Ответ:

Когда у Вас нет выбора;

Когда обе стороны нуждаются во взаимных уступках;

Когда это единственный способ получить то, что Вы хотите;

Когда конечный результат неизвестен;

Когда «игра стоит свеч».

Б1.В.12 Бизнес-аналитика

ЗАДАНИЕ 26. Прочитайте ситуацию и определите, какие рекомендации и решения может предложить бизнес аналитик для решения возникших проблем.

Ситуация: Компания-владелец интернет-магазина обратилась к бизнес-аналитику с проблемой: клиенты жалуются на то, что не могут оплатить заказы на сайте. При попытке оплаты возникает ошибка или процесс оплаты не завершается.

Бизнес-аналитик провел анализ и выяснил, что проблема связана с интеграцией платежной системы на сайте. Некоторые клиенты используют устаревшие версии браузеров, которые не поддерживают нужные протоколы безопасности для работы с платежной системой. Также были выявлены некоторые ошибки в коде сайта, которые могут приводить к сбоям при оплате.

Б1.В.13 Кризисные коммуникации

ЗАДАНИЕ 27. Познакомьтесь с ситуацией и предложите перечень шагов для ее ликвидации.

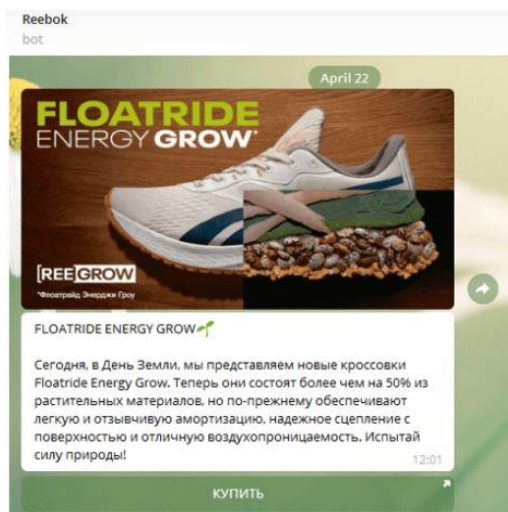
Проблема. Металлургическая компания с непрерывным циклом, продолжила работу в обычном режиме и в период самоизоляции (коронавируса). Сотрудники сохранили занятость и зарплату, но, находясь под информационным давлением коронавирусной повестки, они нервничали и выражали недовольство тем, что объявленные по всей стране нерабочие дни на них не распространяются. И это недовольство выплеснулось в социальные медиа. Там появлялось все больше сообщений о внутренней жизни предприятия и других «сливов», несмотря на внутренние регламенты и документальные запреты.

Ответ: Работать на опережение, иметь заготовленную официальную позицию. Разъяснять, успокаивать, снимать вопросы. А если появляются публикации нежелательного содержания, реагировать практически моментально. Если вы задержались с реакцией, вместо нее появятся слухи, фейки и домыслы, нарастающие в геометрической прогрессии.

Б2.В.01(П) Производственная практика (профессионально-творческая)

ЗАДАНИЕ 28. Бренд Reebok ко Дню Земли представил новые кроссовки, которые более чем на 50% состоят из растительных материалов. Это подчеркнуло стремление компании быть эко-френдли. Ниже вы видите рассылку бренда о новинке в чат-боте Telegram.

К какому типу информационных поводов относится повод компании Reebok?



Ответ: Календарные инфоповоды. К ним относятся памятные даты, дни рождения, профессиональные праздники и планируемые события, например, открытие магазина, покупка нового оборудования, ребрендинг и так далее.

ЗАДАНИЕ 29. Команда работает над лендингом проекта «Помогите детям найти маму и папу», который должен стимулировать аудиторию брать детей из детских домов. Стоит ли в публикациях делать акцент на том, как в лучшую сторону меняются условия содержания детей в детских домах?

Ответ: нет, так как это не соответствует идеи проекта.

ЗАДАНИЕ 30. Команда реализует социальный проект по повышению цифровой грамотности старшего поколения. Сформулируйте миссию проекта.

Ответ: Формула миссии: Миссия=помогать + кому? + в чем? + как? Вариант ответа: социализация и адаптация пожилых людей путем повышения их

компьютерной грамотности. Неправильный вариант типа: помочь всем на земле; творить добро; вылечить всех больных и проч.

Б2.В.02(П) Производственная практика (организационно-творческая)

ЗАДАНИЕ 31. Сформулируйте цель проекта по модели SMART, если общая цель проекта: «Я хочу развивать свой бизнес».

Ответ: цель должна быть конкретная, измеримая, достижимая, значимая, ограниченная временем.

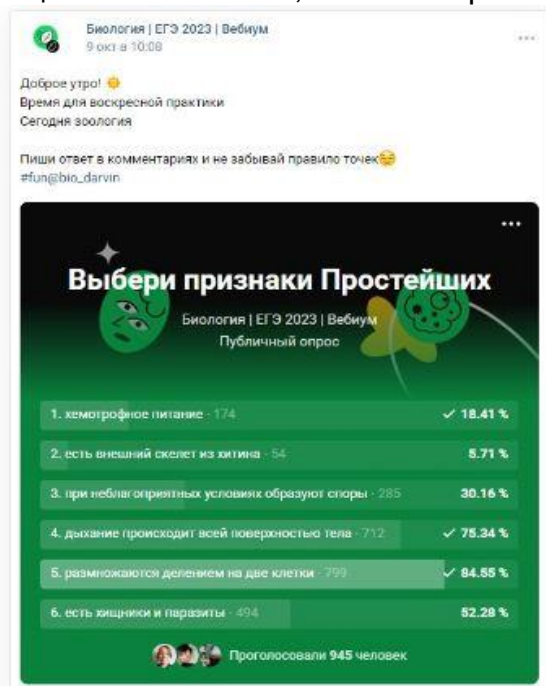
Вариант цели по модели SMART: В течение трех месяцев я приобрету 5 новых клиентов для своего консалтингового бизнеса, запросив рекомендации и запустив рекламную кампанию в социальных сетях. Это позволит мне развивать свой бизнес и увеличивать мой доход.

ЗАДАНИЕ 32. Молодая компания начала реализацию своего нового проекта. Жизненный цикл (ЖЦ) проекта был торжественно запущен - спланирован набор упорядоченных идей, решений и действий, с момента зарождения идеи продукта до снятия его с производства. Наиболее общая структура жизненного цикла проекта имеет следующую последовательность фаз: -концепция (начальная фаза); - разработка; -реализация; -завершение. Сотрудники компании приступили к реализации одной из фаз жизненного цикла проекта, где главным будет выполнение работ проекта, необходимых для достижения основных его целей. Основными работами этой фазы будут: детальное проектирование и технические спецификации; выполнение работ, предусмотренных проектом; материально-техническое обеспечение работ проекта. Какая фаза жизненного цикла проекта реализуется в компании?

Ответ: в компании реализуется фаза реализации проекта

Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная)

ЗАДАНИЕ 33. Определите к какому виду контента относится пример поста в соцсети. Объясните, по каким признакам это понятно.



Ответ: вовлекающий контент. Тест – способ вовлечения, когда подписчики выбирают правильный ответ и объясняют свое решение в комментариях.

ЗАДАНИЕ 34. Определите к какому виду контента относится пример поста в соцсети. Объясните, по каким признакам это понятно.



Ответ: пользовательский контент. Сайты отзывов — яркий пример пользовательского контента. На таких площадках аудитория пишет подробные обзоры товаров и услуг. Компании могут отслеживать здесь упоминания бренда и репостить отзывы в свои каналы

ЗАДАНИЕ 35. Руководством компании ООО «БиоМагазины» был утвержден стратегический план развития компании на следующий год. Целью плана было удвоение продаж товара по республике, а также увеличение объема экспорта в другие страны СНГ на 50 %. Для этой цели было решено разработать веб-сайт компании. В данный момент закончена первая фаза проекта и началась вторая. После ухода текущего руководителя Максима Замкового реализация проекта была поручена Алексею Черьянову, руководителю проектов с опытом работы более 20 лет. Алексей подозревает, что на проекте будет много рисков, но им не была дана оценка и не оценено возможное влияние рисков на проект. Что следует сделать Алексею Черьянову?

Ответ: Алексею Черьянову следует составить план управления рисками

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов

Период окончания формирования компетенции: 4 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули) (блок 1):

- Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере (3 семестр)
- Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры (1 семестр)
- Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа (3 семестр)
- Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний (3 семестр)
- Б1.В.07 Создание медиапродукта (3 семестр)
- Б1.В.08 Видеопродакшн для социальных медиа (2 семестр)
- Б1.В.10 Технология переговорного процесса (3 семестр)
- Б1.В.11 Сторителлинг и спичрайтинг (2 семестр)

– Практики (блок 2):

- Б2.В.02(П) Производственная практика (организационно-творческая) 4 семестр
- Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная) 4 семестр

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере

ЗАДАНИЕ 1. К формообразующим средствам визуализации информации относятся (выберите 3 варианта):

- а) композиция**
- б) знаки-символы
- в) графика**
- г) фактура**
- д) упаковка

ЗАДАНИЕ 2. К основным уровням визуализации информации относятся (выберите 3 варианта):

- а) концептуально-образный**
- б) звуковой
- в) текстовый**
- г) иллюстративный**
- д) динамический

ЗАДАНИЕ 3. Медиакомпетентность – это...

- а) способность человека к восприятию, интерпретации, оценке, созданию и передаче медиатекстов различных видов и жанров**
- б) способность человека разбираться в технических параметрах медиааппаратуры различного уровня сложности
- в) способность человека к грамотному обращению с медиатехникой разных видов

ЗАДАНИЕ 4. «Монтаж аттракционов» как прием был придуман в:

- а) в США**

- б) в СССР**
- в) во Франции

ЗАДАНИЕ 5. Правила проведения «мозговой атаки»:

- а) мероприятие должно проводиться в официальной деловой обстановке.
- б) все имеют право активно критиковать идеи других.
- в) чем меньше поступает предложений, тем лучше.
- г) все участники обладают равным статусом.**

ЗАДАНИЕ 6. Что такое мультимедийность в системе массмедиа?

- а) система связи между отдельными документами с помощью встроенных гиперссылок
- б) одновременное использование различных форм представления информации и ее обработки в едином объекте-контейнере**
- в) процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации
- г) перевод содержания СМИ во всех его формах в цифровой формат, понятный современным компьютерам

Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры

ЗАДАНИЕ 7. Документирование эффективности мероприятий по реагированию на риски, а также эффективности процесса управления рисками - это ...

- а) пересмотр рисков
- б) аудит рисков**
- в) анализ отклонений и трендов
- г) анализ резервов

Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа

ЗАДАНИЕ 8. Назовите нематериальные способы мотивации команды:

- а) история создания компании
- б) постоянная связь с сотрудниками.
- в) повышение квалификации.
- г) все названное**

ЗАДАНИЕ 9. Как называется специалист, занимающийся продвижением web-сайтов, товаров или услуг с помощью социальных медийных ресурсов:

- а) SMM-менеджер**
- б) комьюнити-менеджер
- в) контент-маркетолог
- г) E-mail-маркетолог

ЗАДАНИЕ 10. Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к:

- а) увеличению продаж
- б) росту трафика на сайт
- в) лояльности потребителей
- г) изменению информационного поля компании (бренда)**

Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний

ЗАДАНИЕ 11. Что не включает в себя событийная культура?

- а) корпоративные мифы, легенды, байки;
- б) обряды и праздники;
- в) традиции;
- г) фирменный цвет.**

ЗАДАНИЕ 12. Какая функция не свойственная корпоративной культуре?

- а) ценностная;
- б) коммуникативная;
- в) информационная;
- г) **барьерная.**

ЗАДАНИЕ 13. Какой канал внутрикорпоративной коммуникации лишний в приведенном списке?

- а) обращение главы организации;
- б) **участие в отраслевой конференции;**
- в) телефонный разговор;
- г) неформальная дискуссия в небольшой группе.

ЗАДАНИЕ 14. Использование программы Trello призвано решить проблему с

- а) **time-management;**
- б) прокрастинацией;
- в) организацией рабочего пространства;
- г) взаимоотношениями сотрудников.

ЗАДАНИЕ 15. Какую задачу призвана решить технология SMART?

- а) повышение мотивации сотрудников;
- б) **постановку целей;**
- в) налаживание межличностного контакта;
- г) развить интеллектуальные способности сотрудников.

Б1.В.07 Создание медиапродукта

ЗАДАНИЕ 16. В чем заключается принцип позиционирования:

- а) подстройка к уже существующей в массовом сознании информации
- б) **помещение объекта в благоприятную для него среду**
- в) процесс создания выгодных для коммуникатора контекстов

ЗАДАНИЕ 17. Как называется метод оценки стоимости проекта, в котором для предсказания стоимости оцениваемого проекта используются фактические данные о стоимости прежде выполненных проектов?

- а) оценка стоимости проекта «снизу вверх»
- б) оценка стоимости проекта «сверху вниз»
- в) **оценка стоимости проекта «по аналогу»**
- г) параметрические оценки стоимости

ЗАДАНИЕ 18. Кем выполняется интеграция проекта?

- а) **руководителем проекта**
- б) командой проекта
- в) спонсором проекта
- г) стейкхолдерами проекта

ЗАДАНИЕ 19. Участники проекта – это ...

- а) потребители, для которых предназначен проект
- б) заказчики, инвесторы, менеджеры проекта
- в) **физические и юридические лица, непосредственно задействованные в проекте**
- г) заказчики, подрядчики, менеджеры, рядовые исполнители проекта

ЗАДАНИЕ 20. Если при финансировании телевизионного медиапроекта возникли сложности, каким образом можно оптимизировать финансовые затраты?

- а) объединить функции режиссера и сценариста, оператора и монтажера;
- б) привлечь дорогостоящих специалистов;
- в) устроить рабочую забастовку;
- г) взять потребительский кредит.

Б1.В.08 Видеопродакшн для социальных медиа

ЗАДАНИЕ 21. Что такое медиа-холдинг?

- а) это объединение средств массовой информации с целью диверсификации экономических рисков или усиления политического влияния;
- б) это компания, которая принадлежит относительно небольшому числу акционеров;
- в) это содружество частных компаний, имеющих пакет акций в разных банках;
- г) это компании, созданные в разных городах и объединенных по тематическому принципу.

ЗАДАНИЕ 22. SMM-специалист – это...

- а) редактор сайта;
- б) сотрудник, который занимается распространением контента СМИ на площадках социальных сетей и мессенджеров;
- в) продюсер;
- г) маркетолог.

ЗАДАНИЕ 23. Какие этапы входят в жизненный цикл медиапроекта для ТВ? Выберите правильный вариант ответа.

- а) организационно-подготовительный этап, технологический этап, заключительный этап;
- б) замысел, сценарий, съемка, монтаж, звуковое оформление.
- в) идея, реализация, воплощение;
- г) финансовая подготовка, разработка технологии, съемка.

ЗАДАНИЕ 24. Какова специфика телевизионного медиапроекта по сравнению с медиапроектом, созданным для радио?

- а) нельзя пользоваться текстовой информацией;
- б) часть информации подается с помощью визуального ряда;
- в) журналист обязательно должен представить в начале и конце каждого выпуска себя и своих гостей;
- г) особых отличий нет, радио и телевидение как каналы распространения информации одинаковы.

ЗАДАНИЕ 25. Можно ли пользоваться зарубежными примерами телепроектов для создания собственного на отечественном телевидении?

- а) нет, это противоречит законодательству РФ;
- б) можно, только если проект-оригинал не противоречит законодательству РФ и не нарушает принятых в России морально-этических норм;
- в) таких примеров в опыте российского телевидения ещё не имеется;
- г) технические стандарты отечественного телевидения не приспособлены под создание такого рода медиапроектов.

Б1.В.10 Технология переговорного процесса

ЗАДАНИЕ 26. В чем суть тактического приема «Выжидание»?

- а) участник переговоров сначала старается выслушать мнение оппонента, а лишь затем сформулировать собственную позицию.
- б) участник переговоров выдвигает новые требования в самом конце переговоров, когда все вопросы уже решены.

ЗАДАНИЕ 27. Какие функции выполняют вопросы в ходе переговорного процесса?

- а) выяснить точку зрения оппонента;
- б) продемонстрировать слабость позиции оппонента;
- в) выяснить точку зрения оппонента и продемонстрировать слабость позиции оппонента.**

ЗАДАНИЕ 28. Аргументация, построенная по принципу от общего к частному, от изложения отдельных фактов к общему выводу, называется...

- а) дедуктивная
- б) индуктивная**
- в) нисходящая
- г) восходящая

ЗАДАНИЕ 29. Противоречие и разногласие –это

- а) тождественные понятия
- б) нетождественные понятия**

ЗАДАНИЕ 30. Опровержение – это

- а) рассуждение, направленное против выдвинутого тезиса и имеющее своей целью установить его ложность или недоказанность**
- б) рассуждение, направленное против выдвинутого тезиса и имеющее своей целью установить его ложность
- в) рассуждение, направленное против выдвинутого тезиса и имеющее своей целью установить его недоказанность

ЗАДАНИЕ 31. В критически настроенной аудитории более эффективна

- а) односторонняя аргументация
- б) двусторонняя аргументация**
- в) индуктивная аргументация

ЗАДАНИЕ 32. Для какой аудитории индуктивная аргументация более эффективна? (выберите 2 варианта ответа):

- а) в мужской аудитории
- б) в женской аудитории**
- в) в молодежной аудитории**
- г) в аудитории старшего возраста

ЗАДАНИЕ 33. Перефразирование – это прием

- а) нерелексивного слушания
- б) релексивного слушания**
- в) релексивного и нерелексивного слушания

ЗАДАНИЕ 34. Нисходящая аргументация более эффективна

- а) в заинтересованной аудитории
- б) в незаинтересованной аудитории**
- в) в слабо подготовленной аудитории
- г) в хорошо подготовленной аудитории

ЗАДАНИЕ 35. Как называются переговоры, участники которых «зациклены» на так называемых позициях?

- а) партнерские переговоры
- б) гарвардский метод ведения переговоров
- в) позиционный торг**

ЗАДАНИЕ 36. Что такое опровержение демонстрации?

- а) выявление того, что тезис противоположной стороны логически не вытекает из аргументов.**
- б) демонстрация ложности приводимых аргументов
- в) опровержение ложного тезиса фактами.
- г) выведение из опровергаемого утверждения следствий, противоречащих истине

Б1.В.11 Сторителлинг и спичрайтинг

ЗАДАНИЕ 37. Медийный текст (МТ) – это:

- а) текст, создаваемый для массового гедонистического общения;
- б) термин-симулякр, дублирующий СЖМТ;
- в). любой текст в сфере массмедиа;
- г) текст, порождённый в сфере массовых коммуникаций и адекватно отражающий законы действительности и медийности.**

ЗАДАНИЕ 38. Какой вариант мультимедийной публикации лучше всего подходит для материалов-инструкций, содержащих алгоритмы действий? (Например, как оформить пособие, как пожаловаться на некачественное оказание услуг и т. п.).

- а) видеоролик;
- б) подкаст;
- в) текст с инфографикой;**
- г) текст.

ЗАДАНИЕ 39. Конвергенция СМИ стала возможна благодаря:

- а) возможности оцифровки любой информации независимо от ее первоначального носителя;**
- б) появлению социальных сетей;
- в) популярности телевидения;
- г) уменьшению интереса аудитории к бумажным изданиям.
- б) вопросы с открытым ответом

ЗАДАНИЕ 40. Медiateкст обладают свойством публицистичности? Когда?

- а) всегда;
- б) иногда;**
- в) никогда;
- г) периодически.

ЗАДАНИЕ 41. К основным видам речевой деятельности, основанной на использовании механизма кодирования информации относятся:

- а) слушание и чтение
- б) говорение и письмо
- в) слушание и говорение**
- г) чтение и письмо

ЗАДАНИЕ 42. Основной целью речевой коммуникации считается:

- а) обмен информацией
- б) получение информации
- в) передача информации
- г) все варианты верны**

Б2.В.02(П) Производственная практика (организационно-творческая)

ЗАДАНИЕ 43. Каких видов проектного дедлайна НЕ бывает:

- а) одноразовые
- б) плановые
- в) регулярные**
- г) срочные
- д) поэтапные

ЗАДАНИЕ 44. Стратегия проекта – это ...

- а) желаемый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного
- б) осуществления проекта в заданных условиях его выполнения
- в) направления и основные принципы осуществления проекта** получение прибыли
- г) причина существования проекта

ЗАДАНИЕ 45. Концепция проекта ... (выберите 3 варианта ответа)

- а) должна быть согласована ключевыми участниками проекта: заказчиком, инвестором, спонсором и др.**
- б) обязательно содержит описание целей проекта, его основных параметров**
- в) утверждается в завершении фазы инициации проекта**
- г) обязательно содержит сводный календарный план проектных работ
- д) обязательно должна быть оформлена в виде паспорта проекта
- е) обязательно должна содержать концепции по управлению коммуникациями, поставками и контрактами

ЗАДАНИЕ 46. Основной результат стадии разработки проекта:

- А) сводный план осуществления проекта**
- Б) концепция проекта
- В) достижение цели и получение ожидаемого результата проекта
- Г) инженерная проектная документация

Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная)

ЗАДАНИЕ 47. Событие, имеющее эмоционально-развлекательную основу, которое воздействует на человека с помощью разного рода сюжетных ходов, изобразительных приёмов, световой техники, компьютерной графики, и т. п., называется

- а) ивент**
- б) мероприятие
- в) церемония
- г) фестиваль

ЗАДАНИЕ 48. Выберите ошибочное утверждение:

- а) концепция - это территория мероприятия
- б) концепция - это усиление эмоций
- в) принцип гармонии концепции и центрального сообщения
- г) концепция – это обыденность в мелочах**

ЗАДАНИЕ 49. Документ, в котором прописан тайминг, ключевой посыл события, сюжетная линия, смысловые блоки, спикеры, текст и речь, называется:

- а) концепция**
- б) план мероприятия
- в) сценарий
- г) программа мероприятия

ЗАДАНИЕ 50. Модель продвижения мероприятия называется:

- а) race
- б) **peso**
- в) aida
- г) 4p

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере

ЗАДАНИЕ 1. Под ... (словосочетание во мн. числе) понимаются материально-знаковые носители информации, с помощью которых создается визуальная форма и выражается определенное содержание.

Ответ: средствами визуализации

ЗАДАНИЕ 2. Такой компонент визуальной коммуникации, как «средовые носители» (пиктография, указатели, вывески) выполняет функцию

Ответ: навигации

ЗАДАНИЕ 3. В книге «Relationship Marketing» Реджис МакКенна рассказывает, что, проводя исследование для клиента, выполнял работу продавца – стоял у прилавка и наблюдал, как покупают калькуляторы. Он заметил, что люди взвешивали их на ладони, очевидно, полагая, что в более тяжелых и «наворотов» больше. Тогда он посоветовал клиенту увеличить вес изделий за счет каких-нибудь технически бесполезных деталей. Какой метод сбора информации был использован в данном примере?

Ответ: Включенное наблюдение

Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры

ЗАДАНИЕ 4. Подберите каналы для продвижения ивента, посвященного юбилею музея компании

ОТВЕТ: онлайн и оффлайн каналы

ЗАДАНИЕ 5. Верна ли формулировка: Всем культурным мероприятиям нужен фирменный стиль.

Ответ: нет

ЗАДАНИЕ 6. Как называется сценарий, в котором прописаны все действия и участники?

Ответ: Режиссерский

ЗАДАНИЕ 7. Перечислите возможные варианты рисков на культурном мероприятии, связанные с подрядчиками.

Ответ: Срыв сроков и некачественное выполнение заказов

Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа

ЗАДАНИЕ 8. Поисковая ... (SEO) позволяет адаптировать сайт СМИ для наиболее эффективной индексации поисковыми системами.

Ответ: оптимизация.

ЗАДАНИЕ 9. Как называется интернет-сервис, собирающий и публикующий определенную информацию из других источников (например, новости)? Примеры таких сервисов: «Яндекс Новости», «Новости Mail.ru».

Ответ: агрегатор

ЗАДАНИЕ 10. Вставьте пропущенное слово.

... - это аудиопрограмма, состоящая из нескольких эпизодов, которые объединяются общей тематикой, структурой и т. д.

Ответ: подкаст.

ЗАДАНИЕ 11. Как называется процесс извлечения прибыли из контента, в котором привлекательность и популярность контента конвертируется в денежный эквивалент?

Ответ: монетизация.

ЗАДАНИЕ 12. Вставьте пропущенное прилагательное.

Инфографика, интерактивные карты, видеоролики – это ... элементы лонгрида.

Ответ: мультимедийные.

ЗАДАНИЕ 13. Выделите недостатки SEO в сравнении с PPC (2 варианта)

(1) результат достигается не сразу, а по истечение нескольких месяцев

(2) метод требует непрекращающихся вложений

(3) легче посчитать эффективность от вложений

(4) пользователи меньше доверяют проплаченным рекламным ссылкам

ЗАДАНИЕ 14. Соотнесите понятия:

А. Сайты, на которых показывается контекстная реклама компании

Б. Страница компании в соцсети

В. Упоминания в социальных сетях и ранжирование в поисковых системах

1. Собственные медиа

2. Платные медиа

3. Заработанные медиа

Ответ: А-2, Б-1, В-3

ЗАДАНИЕ 15. К какому виду контента относится рубрика «Высказывание личного мнения на какое-либо течение или событие из ниши»? (отвечает на вопрос «какой»)

Ответ: Экспертный

ЗАДАНИЕ 16. ER в социальных медиа означает?

Ответ: уровень вовлеченности, engagement rate

ЗАДАНИЕ 17. Эти показатели KPI характеризуют деятельность сообщества, качество и число публикаций, общение с подписчиками, скорость реагирования. Они позволяют понять, какую работу проделала команда. Как называется эта группа показателей? Ответ: показатели (чего? – одно слово)

Ответ: активности, активность

ЗАДАНИЕ 18. Как называется специалист, который создает крепкое и активное сообщество вокруг определенного бренда или продукта. Его главная задача — быть социальным связующим, поддерживать активность внутри сообщества и следить за общим настроением внутри?

Ответ: Комьюнити-менеджер, комьюнити менеджер

ЗАДАНИЕ 19. Как называется специалист, который продвигает бренды, товары и услуги с помощью вовлекающего контента: текстов, фото и видео? Он анализирует рынок, разрабатывает стратегии, адаптирует контент под разные площадки и оценивает результаты продвижения.

Ответ: контент-маркетолог, контент маркетолог

ЗАДАНИЕ 20. Как называется специалист в команде интернет-маркетинга, главной задачей которого является создание почтовых рассылок по адресам пользователей с целью увеличения клиентской базы?

Ответ: e-mail-маркетолог, e-mail маркетолог

Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний

ЗАДАНИЕ 21. Как называется свод правил, опубликованный для ознакомления и принятия сотрудниками и партнерами организации?

Ответ: этический кодекс

ЗАДАНИЕ 22. Подтвердите или опровергните предложение:

А. Корпоративный имидж - элемент корпоративной культуры, поскольку...

Б. Корпоративная культура - элемент корпоративного имиджа, поскольку...

Ответ: А. неправильно. Б. правильно

ЗАДАНИЕ 23. Составьте правильную очередность этапов формирования имиджа:

- 1) использование психотехнологий;
- 2) определение аудитории имиджа;
- 3) определение наличия «проблемы имиджа»;
- 4) формирование стратегической цели.

Ответ: 3421

ЗАДАНИЕ 24. Процесс образования стабильного образа или представления определенных событий, явлений, людей называется ...

Ответ: стереотипизация.

ЗАДАНИЕ 25. Являются ли синонимами выражения: «Создание имиджа организации», «Управление репутацией организации»?

Ответ: нет

ЗАДАНИЕ 26. Структура внешнего имиджа компании включает 4 компонента: имидж у клиентов, бизнес-имидж, имидж у госструктур и Назовите четвертый компонент.

Ответ: социальный имидж.

ЗАДАНИЕ 27. К какому этапу коммуникационной кампании относится ситуационный анализ:

Ответ: Подготовительный этап.

Б1.В.07 Создание медиапродукта

ЗАДАНИЕ 28. Семинар относится к тем же типам мероприятий, что и:

Ответ: мастер-класс, воркшоп, тренинг, лекция

ЗАДАНИЕ 29. Семинар отличается от деловой игры:

Ответ: меньшая активность участников

ЗАДАНИЕ 30. Программы, направленные на профессионализацию сотрудников компании и ее дилеров, называются ...?

Ответ: Инсентив программы:

ЗАДАНИЕ 1 Как называется основная идея и краткое изложение сюжетной линии мероприятия?

Ответ: концепция

ЗАДАНИЕ 32. Верно ли утверждение, что семинар в большей степени является рекламным мероприятием?

Ответ: нет

Б1.В.08 Видеопродакшн для социальных медиа

ЗАДАНИЕ 33. Какая коммуникационная стратегия чаще всего характерна для государственных, ведомственных и муниципальных СМИ?

Ответ: Манипулятивная/мобилизационная.

ЗАДАНИЕ 34. Как называется редакция, которая ориентируется на мультимедийную подачу контента и его распространение на разных платформах?

Ответ: конвергентная.

Б1.В.10 Технология переговорного процесса

ЗАДАНИЕ 35. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: В результате переговоров вырабатывается решение, в формулировку которого одна из сторон «заложила» двойной смысл, оставшийся незамеченным оппонентом. Затем соглашение трактуется в своих интересах без нарушения сути.

Ответ: двойное толкование

ЗАДАНИЕ 36. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: Одна из сторон выдвигает требование, нежелательное для оппонента и безразличное для себя. Цель – получить уступку в обмен на то, что это требование будет снято.

Ответ: вымогательство

ЗАДАНИЕ 37. Как называется тактический прием переговорного процесса, суть которого заключается в медленном приоткрывании собственной позиции с целью затянуть переговоры и получить как можно больше информации от другой стороны.

Ответ: салями

ЗАДАНИЕ 38. Какая полемическая уловка использована в следующем примере: Вот доживете до моих лет, тогда и будете рассуждать

Ответ: ссылка на свой возраст

ЗАДАНИЕ 39. Как называется полемическая уловка, в ходе которой анализируются не только и не столько доводы, сколько мотивы, которые заставили их высказать (например: «Вы так утверждаете из упорства»)

Ответ: Чтение в сердцах

ЗАДАНИЕ 40. Как называется спор с целью выявления истины?

Ответ: дискуссия

ЗАДАНИЕ 41. Как называется спор с целью отстоять свое мнение?

Ответ: полемика

ЗАДАНИЕ 42. Что такое аргумент?

Ответ: исходное высказывание, необходимое для построения умозаключения

ЗАДАНИЕ 43. Как называется способ аргументации, при котором сила аргументов уменьшается от начала к концу аргументации?

Ответ: Нисходящая (или убывающая)

ЗАДАНИЕ 44. Как называется способ аргументации, при котором излагаются и аргументы «ЗА», и аргументы «ПРОТИВ»?

Ответ: двусторонняя

Б1.В.11 Сторителлинг и спичрайтинг

ЗАДАНИЕ 45. Назовите формат материала в интернет-СМИ (его иногда называют даже новым жанром), в котором сочетаются текст, фотографии, аудио и видео.

Ответ: лонгрид.

ЗАДАНИЕ 46. Вставьте пропущенное прилагательное.

Инфографика, интерактивные карты, видеоролики – это ... элементы лонгрида.

Ответ: мультимедийные.

ЗАДАНИЕ 47. Как называется процесс верификации информации при подготовке журналистского материала?

Ответ: фактчекинг.

Б2.В.02(П) Производственная практика (организационно-творческая)

ЗАДАНИЕ 48. Принцип планирования, который говорит о том, что при разработке проекта и его реализации основное внимание должно уделяться первостепенным задачам, обусловленным общей концепцией стратегического развития, называется принцип _____.

Ответ: приоритетности

ЗАДАНИЕ 49. Полное проектное расписание, учитывающее сроки начала и окончания выполнения задач, длительность работ и ресурсную базу, необходимую для выполнения проекта, называется _____ планирование.

Ответ: календарное.

Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная)

ЗАДАНИЕ 50. Разработанный комплекс действий, позволяющих целенаправленно и в установленные сроки получить определенный уникальный продукт или результат, называется.....?

Ответ: проект

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере

ЗАДАНИЕ 1. Команда работает над лендингом проекта «Помогите детям найти маму и папу», который должен стимулировать аудиторию брать детей из детских домов. Стоит ли в публикациях делать акцент на том, как в лучшую сторону меняются условия содержания детей в детских домах?

Ответ: нет, так как это не соответствует идеи проекта.

ЗАДАНИЕ 2. Для реализации медиапроекта (лендинга) нужно подготовить тексты, фотографии, инфографики и анимированные графики, а также снять несколько видеосюжетов. Кого руководитель проекта привлечет в команду (должности)?

Ответ: ему нужны журналист, фотограф, видеограф, веб-дизайнер.

ЗАДАНИЕ 3. Перед реализацией проекта сам исполнитель готовит бриф и дает его на утверждение заказчику. Правильный ли это алгоритм действий?

Ответ: Нет, это неправильно. Бриф помогает исполнителю познакомиться с желаниями заказчика и заполняется самим заказчиком.

ЗАДАНИЕ 4. Вам предстоит подготовить бриф. Включать ли в него следующие пункты: ваша ЦА, ваши конкуренты, общая информация о компании.

Ответ: Да, включать.

Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры

ЗАДАНИЕ 5. Практикант обнаружил пост одного известного в городе актера (текст был опубликован на его личной странице в «ВКонтакте»), в котором он рассуждает о спецоперации. Может ли журналист взять фрагменты текста из поста для журналистского материала?

Ответ: да, может, так как эта информация размещена в открытом доступе.

Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа

ЗАДАНИЕ 6. Команда готовит проект о пенсионерах, которые нашли свое призвание после 65 лет. Один из членов команды предлагает создать чат-бот в «Телеграме» и добавить стикеры «с веселыми пенсионерами». Почему эту идею отменил руководитель?

Ответ: потому что это предложение не ориентировано на целевую аудиторию проекта.

ЗАДАНИЕ 7. Руководитель IT компании, где работает 100 человек, собирается отмечать день рождения. Нужно ли писать пресс-релиз в преддверии этого события?

Ответ: Нет, не нужно. Пресс-релиз пишется, если есть серьезный информационный повод.

ЗАДАНИЕ 8. Нужно ли учитывать такой параметр ЦА, как географическое положение, если вы хотели бы стать блогером?

Ответ: Да. Если вы пишете для русских читателей, то и писать будете на русском языке, если для зарубежья, то соответственно и язык поменяется.

ЗАДАНИЕ 9. Компания ведет страницу в социальной сети ВКонтакте. Публикует тематический контент, отвечает на комментарии, проводит вовлекающие мероприятия для подписчиков. Перечислите возможные количественные KPI для оценки эффективности работы страницы.

Ответ: количество подписчиков, вовлечение – ER (лайки, комментарии, цитирование), охват, показы, просмотры видео, сохранения, конверсии и лидогенерация

ЗАДАНИЕ 10. Анализ репутации в сети, как правило, начинают с мониторинга поисковиков. Составьте универсальное семантическое ядро из брендовых запросов.

Ответ: Название компании или ФИО субъекта.

Бренд + URL-сайта.

Название компании + отзывы.

Адрес сайта + отзывы.

Название фирмы + отзывы сотрудников.

ЗАДАНИЕ 11. Показатель KPI – **Share of Voice (SoV)** – доля голоса – оказывает долю упоминаний одной компании/продукта среди всех конкурирующих предприятий/продуктов данной сферы. В чем измеряется этот показатель? Приведите формулу расчета.

Ответ: измеряется в процентах.

SoV (%) = Количество публикации о компании / Общее количество публикаций в отрасли

Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний

ЗАДАНИЕ 12. Сформулировать проект личной миссии по социальной роли волонтера.

Ответ: Формула миссии: Миссия=помогать + кому? + в чем? + как? Вариант ответа: социализация и адаптация пожилых людей путем повышения их компьютерной грамотности. Неправильный вариант: помочь всем голодающим на земле; творить добро; вылечить всех больных и проч.

ЗАДАНИЕ 13. Медиагруппа планирует сделать корпоративный журнал для постоянного рекламодателя. Заказчик не уверен, что готов потратить на это средства, поэтому просит прислать презентацию, в которой будут отражены цель и предполагаемые результаты проекта. Какой технологией могут воспользоваться сотрудники медиагруппы?

Ответ: они могут «просмартить» проект (SMART-технология), это поможет и им, и заказчику увидеть конкретность, измеримость, достижимость, согласованность и определённость по срокам проекта.

ЗАДАНИЕ 14. Вам поступило задание проанализировать корпоративную культуру компании. Какие аспекты вы будете рассматривать?

Ответ: миссия; ценности; принципы; этический кодекс; собрания и совещания; корпоративные стенды; корпоративные издания; корпоративные мифы, легенды, байки; традиции; фирменный цвет; товарный знак; слоган; логотип.

Б1.В.07 Создание медиапродукта

ЗАДАНИЕ 15. Заголовок заметки на сайт воронежского СМИ выглядит так: «В ноябре придут экстремальные холода». Что необходимо добавить в заголовок для правильной индексации страницы сайта?

Ответ: добавить в заголовок упоминание о регионе, например, «в Воронеже».

ЗАДАНИЕ 16. Вам предлагают вести проект в форме инструкций для потребителей, попавших в сложные ситуации при покупке товаров. Рассматриваются два варианта: тексты с инфографикой или подкасты. Какой выбор сделаете вы и почему?

Ответ: подкаст – не лучший формат для такой темы. Инструкция предполагает большое количество практически значимой информации, а она плохо воспринимается на слух. Лучший вариант здесь – текст с инфографикой.

ЗАДАНИЕ 17. При создании концепции личного бренда необходим анализ конкурентов. Объясните, каковы цели и необходимость этого анализа?

Ответ: узнать опыт конкурентов в сфере, чтобы использовать его в своем продвижении; выявить недостатки, чтобы не совершать подобные ошибки.

Б1.В.08 Видеопродакшн для социальных медиа

ЗАДАНИЕ 18. Вам предстоит определить ценность сообщества во «ВКонтакте» для публикации в нем рекламного поста. Какой количественный показатель сообщества для вас будет наиболее важным? Почему?

Ответ: охваты (количество просмотров) постов, т. к. этот показатель демонстрирует реальное число пользователей, увидевших пост в своей ленте.

ЗАДАНИЕ 19. Сайт вашего издания не отображается в поисковой выдаче по ключевым словам. В чем причина? Какие меры необходимо принять?

Ответ: сайт не индексируется (не находится) поисковыми системами, необходима поисковая оптимизация сайта (SEO).

ЗАДАНИЕ 20. Для поисковой оптимизации вашего сайта вам предлагают увеличить количество ключевых слов на страницах сайта до 15%. Согласитесь ли вы на этот шаг? Почему?

Ответ: это очень высокая доля ключевых слов, поисковые системы могут расценить ее как нарушение и заблокировать сайт. От такого шага нужно воздержаться.

Б1.В.10 Технология переговорного процесса

ЗАДАНИЕ 21. В переговорном процессе есть сильная и слабая стороны. Перечислите правила поведения слабой стороны.

Ответ:

1. Организуют фуршеты, отдых.
2. Может просить (пожалуйста, будьте добры). Адекватное поведение.
3. Слабая сторона привлекает третью сторону (агентов влияния).
4. К человеку с более высоким статусом идем в большем составе (не один на один, вдвоем, втроем)
5. Слабая сторона собирает максимальное количество информации о сильной.

ЗАДАНИЕ 22. В переговорном процессе есть сильная и слабая стороны. Перечислите правила поведения сильной стороны.

Ответ: 1.Тактика ленивого льва: снисходительна, спасает лицо слабой – иначе можно нажать врага или потерять свою силу, лицо. Хороши фразы типа «Я вижу разумные зерна». Вежливость и ещё раз вежливость.

2.Сильная сторона не должна высказываться первой. Только: слушаю вас.

3.Больше молчит. Невыгодно говорить. Когда в переговорах начинается перевес на твою сторону, МОЛЧИ.

Б1.В.11 Сторителлинг и спичрайтинг

ЗАДАНИЕ 23. Заголовок заметки на сайт воронежского СМИ выглядит так: «В ноябре придут экстремальные холода». Что необходимо добавить в заголовок для правильной индексации страницы сайта?

Ответ: добавить в заголовок упоминание о регионе, например, «в Воронеж».

ЗАДАНИЕ 24. Вам предлагают вести проект в форме инструкций для потребителей, попавших в сложные ситуации при покупке товаров. Рассматриваются два варианта: тексты с инфографикой или подкасты. Какой выбор сделаете вы и почему?

Ответ: подкаст – не лучший формат для такой темы. Инструкция предполагает большое количество практически значимой информации, а она плохо воспринимается на слух. Лучший вариант здесь – текст с инфографикой.

Б2.В.02(П) Производственная практика, проектно-аналитическая

ЗАДАНИЕ 25. Вы хотите составить портрет своей целевой аудитории. Можно ли считать данное описание портретом ЦА? «Екатерина, 31 год. Замужем, дети: 3 года и 7 лет. Работает менеджером по персоналу в крупной компании. Ходит на пилатес».

Ответ: Да, можно. Портрет ЦА - это описание конкретного представителя сегмента, вашего идеального клиента.

ЗАДАНИЕ 26. В ходе реализации проекта или его отдельных этапов могут возникнуть ситуации срыва сроков выполнения задач. Какие действия необходимо предпринять руководителю проекта на этапе планировании, чтобы избежать таких ситуаций?

Ответ: правильно рассчитать сроки выполнения задач, не забыть сделать запас для различных непредвиденных ситуаций, форс-мажорных обстоятельств и сложностей, которые могут возникнуть.

ЗАДАНИЕ 27. Работая над задачами проекта вы неожиданно понимаете, что не укладываетесь в оговоренные ранее сроки, тем самым ставите реализацию проекта под угрозу. Что надо предпринять в подобной ситуации? Опишите 2 варианта решения проблемы.

Ответ:

1) Уменьшение объема работ. Попросить заказчика переложить часть обязанностей на другого исполнителя, в результате чего уменьшится сумма оплаты за проделанную работу.

2) Перенести дедлайн (или продлить сроки). Заказчик дает исполнителю дополнительное время на решение его проблем и выполнение поставленной задачи.

ЗАДАНИЕ 28. Практикант обнаружил пост одного известного в городе актера (текст был опубликован на его личной странице в “ВКонтакте”), в котором он рассуждает о спецоперации. Может ли журналист взять фрагменты текста из поста для журналистского материала?

Ответ: да, может, так как эта информация размещена в открытом доступе.

Б2.В.04 (Пд) Производственная практика, преддипломная

ЗАДАНИЕ 29. Практикант воронежского издания хочет написать о рязанских танцорах, которые заняли первое место на Всероссийском конкурсе талантов. Почему такая тема не подходит?

Ответ: потому что издание ориентировано на воронежскую аудиторию, а не на рязанскую.

ЗАДАНИЕ 30. Практиканту общественно-политического издания поручили написать репортаж, опираясь на пресс-релиз мэрии, о субботнике. Практикант решил не ходить на субботник, потому что собирался поехать с друзьями на шашлыки, поэтому взял информацию из релиза, нашел в социальных сетях двух участников

субботника, взял у них интервью (комментарии для материала) и сдал редактору текст объемом 600 знаков с пробелами. Справился ли с поставленной задачей практикант?

Ответ: Нет, не справился, потому что для создания репортажа необходимо не только поговорить с героями, но и побывать на месте события, зафиксировать наблюдения, чтобы создать в тексте “эффект присутствия”.

ЗАДАНИЕ 31. При трудоустройстве на работу в крупный региональный холдинг журналисту сообщили, что его оклад как корреспондента составляет 16,5 тыс. рублей, за которые он должен готовить не менее 5 «больших» материалов и 10 новостей в месяц. Также сотрудник может заработать деньги сверх указанной суммы, их компания начисляет не только за журналистские материалы, но и за участие/руководство проектами, подготовку рекламных материалов, поиск рекламодателей и т.п. Каждый вид работы имеет свою стоимость, учитываются и коэффициенты (за срочность, работу в ночное время или выходные и т.п.). Однако за срыв дедлайнов, опоздания на работу и иные нарушения предусмотрены штрафы. Благодаря продуманной системе некоторые журналисты зарабатывают в месяц 60-80 тыс. рублей. О какой системе идет речь?

Ответ: в холдинге применяют KPI (ключевые показатели эффективности), которая позволяет управлять мотивацией сотрудников, достигать индивидуальные цели и цели компании.

Календарный график освоения элементов образовательной программы

Компетенция	Курс 1		Курс 2	
	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4
УК-1	Б1.В.02 Теория и практика аргументации Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований	Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований		Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная) Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-2			Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере	Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная) Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-3	Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности			
УК-4	Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований	Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований		Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная) Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-5	Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России			Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная)
УК-6	Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности			
ОПК-1	Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке	Б1.О.02 Разработка и реализация коммуникационной стратегии Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке		
ОПК-2	Б1.О.07 Медиаобеспечение работы общественных и государственных институтов Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований	Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований		
ОПК-3	Б1.О.05 Традиции и национальные			

Компетенция	Курс 1		Курс 2	
	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4
	приоритеты культуры современной России			
ОПК-4	Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований	Б1.О.04 Социология медиакоммуникации и медиапотребления Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований		
ОПК-5	Б1.О.11 Основы медиакоммуникаций	Б1.О.09 Правовое и этическое регулирование медиасферы		
ОПК-6	Б1.О.03 Информационная безопасность в медиапроизводстве			
ОПК-7			Б1.О.08 Стратегии устойчивого развития компаний	
ПК-1	Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры ФТД.В.01 Творческая лаборатория по рекламе	Б1.В.08 Видеопродакшен для социальных медиа Б1.В.12 Бизнес-аналитика Б2.В.01(П) Производственная практика (профессионально-творческая) Б1.В.ДВ.02.02 Аудиоформаты в медиaprостранстве	Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний Б1.В.07 Создание медиапродукта Б1.В.09 Презентация медиапродукта Б1.В.10 Технология переговорного процесса Б1.В.13 Кризисные коммуникации Б1.В.ДВ.03.01 Нейрогеймификация в медиасфере	Б2.В.03(П) Производственная практика (проектно-аналитическая) Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная) Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-2	Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры	Б1.В.08 Видеопродакшен для социальных медиа Б1.В.11 Сторителлинг и спичрайтинг Б1.В.ДВ.02.01 Визуализация в медиакоммуникации Б1.В.ДВ.02.02 Аудиоформаты в медиaprостранстве	Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний Б1.В.07 Создание медиапродукта Б1.В.10 Технология переговорного процесса Б1.В.ДВ.01.01 Событийный маркетинг в медиасреде Б1.В.ДВ.01.02 Имидж в медиасреде Б1.В.ДВ.03.01 Нейрогеймификация в медиасфере Б1.В.ДВ.03.02 Тексты в медиакоммуникации ФТД.В.02 Творческая лаборатория по СО	Б2.В.02(П) Производственная практика (организационно-творческая) Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная) Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Календарный график формирования компетенций

Компетенции	1 курс		2 курс	
	1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр
Универсальные	УК-3 УК-6			УК-1 УК-2 УК-4 УК-5
Общепрофессиональные	ОПК-3 ОПК-6	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4 ОПК-5	ОПК-7	
Профессиональные				ПК-1 ПК-2