

учреждение высшего образования  
**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета  
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от 29 апреля 2021 года

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и бизнес-  
структурах»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.О.02 Анализ аудиторий и практик медиапотребления

Магистр

42.04.05. Медиакоммуникации

Год набора - 2022

Барнаул, 2021 г.

**Автор—составитель:**

Шмаков Артём Алексеевич, к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой  
медиакоммуникаций, русского языка и риторики

И.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики,  
к.фил.н. Шмаков Артем Алексеевич

**Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования**

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Наименование компонента компетенции</b>
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действия	УК-1.1.	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов и осуществлять поиск возможных вариантов решения проблемы с использованием системного подхода
		УК-1.2	Способен осуществлять поиск и анализ информации, требуемой для разработки стратегии действий по решению проблем
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	Способен анализировать запросы аудиторий и практики медиапотребления в госструктурах, бизнесе и НКО
		ОПК-4.2	Способен создавать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты с учётом данных анализа

<b>Компонент компетенции</b>	<b>Индикатор оценивания</b>	<b>Критерий оценивания</b>
УК-1.1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов и осуществлять поиск	Владеет основами системного подхода для выявления проблем развития в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов, оценивает эффективность принятых решений

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
	возможных вариантов решения проблемы с использованием системного подхода	
УК-1.2	Способен осуществлять поиск и анализ информации, требуемой для разработки стратегии действий по решению проблем	Умеет осуществлять поиск и анализ информации для выработки стратегии решения поставленных задач, применять системный подход
ОПК-4.1	Способен анализировать запросы аудиторий и практики медиапотребления в госструктурах, бизнесе и НКО	Знает интерпретацию данных исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп, интерпретацию данных медиапотребления, а также современные PR-технологии.
ОПК-4.2	Способен создавать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты с учётом данных анализа	Владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты.

**УК-1.1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов и осуществлять поиск возможных вариантов решения проблемы с использованием системного подхода**

**1. Задание с выбором из нескольких ответов (множественный выбор): стр.5 РПД**

Укажите один правильный ответ:

Какой из перечисленных этапов НЕ относится к процессу стратегического управления?

1. Создание логотипа.
2. Формирование стратегического видения и миссии.
3. Постановка целей.
4. Оценка и анализ внешней среды.
5. Оценка стратегий.

**Ответ: 1**

**2. Задание на установление соответствия: стр.5 РПД**

Соотнесите понятия и их определения

1. Бенчмаркинг	А. процесс деления единого потребительского рынка на некоторое количество сегментов по какому-либо фактору (признаку)
2. Сегментация рынка	В. процесс, результаты которого показывают размер, рост и тенденции рынка (стоимость,

	объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение
3. Аудит рынка	С. процесс сравнения продуктов, услуг или процессов одной организации с продуктами, услугами или процессами другой организации
	Д. рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, и показать рекламу именно ей.

**Ответ:** 1С 2А 3В

### 3. Задание на установление правильной последовательности: стр.5 РПД

Расположите уровни каналы коммуникации в логике от меньшего числа коммуникантов к большему:

1. общение по телефону между двумя собеседниками
2. реклама на билбордах
3. общение на планерке между сотрудниками и руководством компании
4. автокоммуникация

**Ответ:** 4132

### 4. Задание с развернутым ответом: стр.5 РПД

Что в концепции SMART, означает буква «М»?

**Эталонный ответ:** Измеримый / измеримая. Цель по SMART должна быть измеримой. На этапе постановки цели необходимо установить конкретные критерии для измерения процесса выполнения цели.

Допустимые варианты ответа: измеримость.

**Критерии оценивания:** для получения «зачтено» студент должен указать приведенное в ответе ключевое слово.

### 5. Задание на дополнение: стр.5 РПД

Вставьте пропущенное слово:

\_\_\_\_\_ – это знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой и почему он важен для компании.

**Ответ:** Бренд.

**УК-1.2 Способен осуществлять поиск и анализ информации, требуемой для разработки стратегии действий по решению проблем**

### 6. Задание с выбором из нескольких ответов (множественный выбор): стр.5 РПД

Укажите один правильный ответ:

Какие из перечисленных ниже характеристик важны для аудитории СМИ?

1. Социально-политические
2. Возрастные
3. Экономические
4. Социокультурные
5. Гастрономические пристрастия

**Ответ:** 1234

**7. Задание на установление соответствия: стр.5 РПД**

Соотнесите понятия и их определения

1. Контент-план	А. запись (текст, изображение, видео), опубликованная в социальной сети.
2. Охват	В. график публикаций контента в социальных сетях
3. Пост	С. количество уникальных пользователей, которые посмотрели рекламное объявление. Например, одно объявление было показано одному пользователю 3 раза.
	Д. механизм в блогах, который позволяет пользователям повторно публиковать содержимое поста другого пользователя с указанием того, что источником поста является другой пользователь.

**Ответ:** 1В 2С 3А

**8. Задание на установление правильной последовательности: стр.5 РПД**

Расположите в порядке возникновения основные медиаканалы:

1. телевидение
2. Интернет
3. радио
4. газеты
5. книгопечатание

**Ответ:** 54312

**9. Задание с развернутым ответом: стр.5 РПД**

Что в концепции SMART, означает буква «S»?

**Эталонный ответ:** Конкретный / конкретная. Цель по SMART должна быть конкретной, что увеличивает вероятность ее достижения. Понятие «Конкретный» означает, что при постановке цели точно определен результат, который Вы хотите достичь.

**Критерии оценивания:** для получения «зачтено» студент должен указать приведенное в ответе ключевое слово.

**10. Задание на дополнение: стр.5 РПД**

\_\_\_\_\_ – группа пользователей социальной сети, объединенных общими признаками, которым может быть интересен продвигаемый бренд или проект.

**Ответ:** Целевая аудитория.

**ОПК-4.1 Способен анализировать запросы аудиторий и практики медиапотребления в госструктурах, бизнесе и НКО**

**11. Задание с выбором из нескольких ответов (множественный выбор): стр.5 РПД**

Укажите правильное определение понятия. Выберите один правильный ответ.

«Представление событий в более благоприятном виде называется ...»

1. пр-кампания
2. спин-технология
3. таргетинг

**Ответ: 2**

**12. Задание на установление соответствия: стр.5 РПД**

Соотнесите понятие и его определение

1. контент	А. активная маркетинговая стратегия, включающая комплекс мероприятий по изменению бренда
2. ребрендинг	В. любое информационно значимое наполнение (содержание) информационного ресурса или веб-сайта в форме текста, изображения, аудио- и видеосообщения
3. медиатекст	С. комплекс технических/ компьютерных/программных средств, синтезирующий, часто в интерактивном режиме, текст, изображение и звук
4. мультимедиа	Д. сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.)
	Е. механизм в блогах, который позволяет пользователям повторно публиковать содержимое поста другого пользователя с указанием того, что источником поста является другой пользователь.

**Ответ: 1В 2А 3Д 4С**

**13. Задание на установление правильной последовательности: стр.5 РПД**

Определите последовательность процессов определения целей и задач медиакампании (от начального до конечного этапа).

1. Структурирование
2. Формулирование
3. Фиксация
4. Согласование

**Ответ: 2143**

**14. Задание с развернутым ответом: стр.5 РПД**

Дайте определение понятию «участники медиапроекта».

**Эталонный ответ:** Участники медиапроекта - это физические лица и организации, которые непосредственно вовлечены в проект или чьи интересы могут быть затронуты при осуществлении медиапроекта.

**Критерии оценивания:** студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

**15. Вставьте пропущенное слово: стр.5 РПД**

\_\_\_\_\_ – это наиболее общая цель организации как конкурентоспособной структуры, представленная в наиболее общей форме и четко выражающая основную причину существования организации.

**Ответ: Миссия.**

**ОПК-4.2** Способен создавать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты с учётом данных анализа

**16. Задание на множественный выбор (один правильный ответ):** (РПД, стр.7)

К жанрам UGC не относятся (выберите 1 правильный ответ):

1. записи на личных страницах
2. комментарии
3. медиаподкасты
4. мемы

**Ответ:** 3

**17. Задание на установление соответствия:** (РПД, стр.7)

Соотнесите термины и их определения:

1. Блогер	А. материал, который размещается в социальных сетях. Например, фотография или видеозапись.
2. Влог	В. популярный пользователь, который публикует контент у себя в аккаунте.
3. Репост	С. блог с видеоконтентом
4. Контент	Д. механизм, при помощи которого можно разместить чужой пост на своей странице в социальной сети
	Е. механизм в блогах, который позволяет пользователям повторно публиковать содержимое поста другого пользователя с указанием того, что источником поста является другой пользователь.

**Ответ:** 1В 2С 3Д 4А

**18. Задание на последовательность:** (РПД, стр.7)

Расположите понятия от частного к общему:

1. Контент-план
2. Все публикации за неделю
3. Пост
4. Комментарий к посту

**Ответ:** 4321

**19. Задание с развернутым ответом:** (РПД, стр.8)

Дайте определение понятию «модерация».

**Эталонный ответ:** модерация – проверка постов или комментариев на предмет их соответствия тематике группы, а также правилам оформления публикаций.

**Критерии оценивания:** студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

**20. Задание с развернутым ответом:** (РПД, стр.8)

Дайте определение понятию «Социальные медиа».

**Эталонный ответ:** Социальные медиа – социальные сети, блог-платформы, видео-хостинги, форумы, где пользователи могут размещать контент, выражать свое мнение о нем и общаться между собой.

**Критерии оценивания:** студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.



**21. Задание на дополнение: (РПД, стр.9)**

Вставьте пропущенное слово:

\_\_\_\_\_ - это социальная практика использования коммуникационных средств (медиа) для получения и освоения определенного символического содержания и осуществления социальных связей и взаимодействий.

**Ответ:** Медиапотребление.

**22. Задание на дополнение: (РПД, стр.9)**

Вставьте пропущенную аббревиатуру:

Пользовательский контент в маркетинге в социальных сетях обозначают аббревиатурой \_\_\_\_\_.

**Ответ:** UGC.

**23. Задание на дополнение: (РПД, стр.9)**

Вставьте пропущенное слово:

\_\_\_\_\_ - это содержательное наполнение информации, поступающей от медиаканалов.

**Ответ:** Медиаконтент.