

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хвужков  
Должность: директор  
Дата подписания: 05.09.2024 17:17:19  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

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

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС**

---

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Утверждены  
решением учебно-методической  
комиссии по направлению  
45.03.05 Медиакоммуникации  
Протокол № 5  
от « 15 » мая 2024 г

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

по дисциплине

**Б1.О.21 «Медиарынок и медиасистема»**

по направлению подготовки

42.03.05 «Медиакоммуникации»

Медиапродюсирование и медиаменеджмент

Квалификация – бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2024 г.

Автор(ы)–составитель(и):

кандидат педагогических наук

Юмашева И.А.

Заведующий кафедрой журналистики

и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

№ п/п	Код компетенции	Тип задания	Вопрос	Ответ
1.	ОПК-2	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Что представляет собой «кросспостинг» в медиапродукции? 1. Размещение контента на нескольких платформах 2. Создание кроссвордов 3. Работа с кроссвордами 4. Одновременная публикация контента на разных ресурсах	4
2.	ОПК-2	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Что такое «воронка продаж» в контексте медиапродуктов? 1. Специальный вид графики 2. Цветовая палитра медиапродукта 3. Последовательность этапов, через которые проходит потенциальный пользователь от знакомства с продуктом до его использования 4. Графический дизайн	3
3	ОПК-2	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Какое преимущество предоставляют платные рекламные кампании в социальных медиа? 1. Более широкая органическая видимость 2. Больше количество лайков и комментариев 3. Скрытие контента от нежелательных подписчиков 4. Увеличение продолжительности видео контента	1
4	ОПК-2	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Какое преимущество предоставляют рекламные кампании в социальных сетях? 1. Увеличение подписчиков 2. Повышение органической видимости 3. Таргетирование аудитории 4. Использование хэштегов	3
5	ОПК-2	Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите понятие и его содержание: 1. Медиарынок 2. Медиасистема 3. Информационное агентство А. район охвата аудитории средствами массовой информации, принадлежащими той или иной компании Б. специализированная организация, которая собирает и распространяет новости в текстовой, цифровой и аудиовизуальной форме В. совокупность медиаканалов и медианосителей, в которой происходит генерация, агрегация и дистрибуция медиапродуктов	1 А 2 В 3 Б
6	ОПК-2	Закрытое (на сопоставление)	Установите соответствие между видом цветовой схемы и изображением 1) Лонгрид а) информация в интернете, которую публикуют на разных площадках в виде статей, заметок, аудио- и визуальных элементов 2) Контент б) специальный сайт или раздел на сайте с	1 в 2 а 3 б

			контентом на определенную тему, который регулярно обновляется 3) Блог                    в) длинный текст, разделённый на части различными мультимедийными элементами: фото, видео, инфографикой и др.	
7	ОПК-2	Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание: 1. Медиабизнес 2. Медиаплан 3. Оптимизация бюджета А. документ, включающий подробную структурированную информацию о предстоящих рекламных кампаниях Б. бизнес, построенный на производстве и продаже (распространении) всевозможного информационного контента В. процесс анализа расходов и определения приоритетов	1 Б 2 А 3 В
8	ОПК-2	Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание: 1. Медиаसेलिंग 2. Медиапотребление 3. Ресурсы А. набор используемых информационных или развлекательных СМИ одним человеком или группой людей Б продажа рекламного пространства (газетных и журнальных площадей, телевизионного и радиоэфира).. В. бюджет и участники команды, которые отвечают за реализацию и поставку	1 Б 2 А 3 В
9	ОПК-2	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Система средств массовой информации может быть функциональной только при наличии современной... или подсистемы жизнеобеспечения СМИ	инфраструктуры
10	ОПК-2	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: конверсия в контексте медиапродуктов представляет собой.... выполнивших целевое действие, к общему числу посетителей	Процентное соотношение посетителей
11	ОПК-2	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Современная медиаэкономика базируется на положении о том, что....., поскольку СМИ производят свой продукт для того, чтобы он один действовал одновременно на двух рынках – товаров и услуг	индустрия СМИ является нетипичной
12	ОПК-2	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Медийный бизнес начинается тогда, когда товаром может предстать любой упакованный по правилам маркетинга ....	контент
13	ОПК-2	Открытое (с развернутым ответом) 1.	Дайте развернутый ответ, что представляет собой аудитория	аудитория представляет собой аудиторию, созданная СМИ, и есть главный продукт СМИ
14	ОПК-2	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляет собой создание контента	создание контента представляет собой вклад информации в любые СМИ, особенно в цифровые,

				для конечного пользователя или аудитории в определённых контекстах.
15.	ОПК-2	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляют собой входные и выходные барьеры	входные и выходные барьеры представляют собой препятствия, затрудняющие или делающие невозможным появление на определённом рынке новых конкурентов, а также препятствия, связанные с уходом с данного рынка
16.	ОПК-2	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляют собой каналы продвижения	каналы продвижения представляют собой те места, сервисы, площадки, через которые компания доносит до потребителя информацию о бренде