

Введение в специальность

Код, направление подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль)	Медиакоммуникации
Форма обучения	Очная
Кафедра-разработчик	Режиссуры
Выпускающая кафедра	Режиссуры

1 семестр

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ОПК-4.1 ОПК-4.2	1. К структурным элементам социальных медиа относится:	А. Социальные сети В. Сайты государственных учреждений С. Сайты университетов	низкий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	2. Относятся ли мобильные приложения к современным медиа:	А. Да В. Нет	низкий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	3. Кросс-медийное взаимодействие это...	А. Много форматов контента передающиеся на несколько платформ В. Один формат контента передающийся на несколько платформ С. Множество форматов контента базирующихся на одной платформе	низкий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	4. Информационный шум:	А. Способствует современным медиакоммуникациям В. Не влияет на современные медиакоммуникации С. Существенно затрудняет современные медиакоммуникации	низкий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	5. К основным типам медианосителя относится:	А. Перекупленный В. Проданный С. Проверенный	низкий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	6. Концепция 3А означает:	А. Любой контент в любое время в любом месте В. Выборочный контент в строго определённое время	средний

		С. Использование платного контента	
ОПК-4.1 ОПК-4.2	7. Пользовательский контент – это...	А. Контент, который лайкают пользователи медиапространства В. Контент, который создают только инфлюэнсеры С. Контент, который создают все пользователи медиапространства	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	8. Инфлюэнсер - это	А. Любой пользователь медиапространства В. Пользователь, имеющий обширную и лояльную медиааудиторию С. Пользователь, зарегистрировавшийся на медиаресурсе	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	9. Обязательные качества инфлюэнсера:	А. Обширная аудитория и оказание влияние на подписчиков В. Небольшая аудитория и закрытый для комментариев ресурс С. Обширная аудитория и отсутствие контента на ресурсе	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	10. Инфлюэнсером может стать:	А. Только артист или политик В. Любой выпускник факультета журналистики С. Любой человек	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	11. Медиакомьюнити - это	А. Пользователи, подписанные на один ресурс В. Группа людей с близкими интересами, которые общаются через Интернет друг с другом С. Друзья детства пользователя	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	12. Принципы формирования медиакомьюнити:	А. Общие цели, общие ценности, общие интересы В. Общие цели, разные ценности, отсутствие общего интереса С. Отсутствие общих целей, разные ценности, отсутствие общего интереса	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	13. Мультимедийный контент это...	А. Один формат контента передающийся на несколько платформ В. Много форматов контента передающиеся на несколько платформ С. Множество форматов контента базирующихся на одной платформе	средний

ОПК-4.1 ОПК-4.2	14. Методы формирования комьюнити	А. Публикация нового интересного корпоративного контента по теме сообщества В. Поддержка обсуждения в пабликах и чатах С. Формирование группы администраторов в чате Д. Контент, содержащий вопросы по практике использования продукта Е. Публикация сторонних материалов по теме сообщества и организация его обсуждения Ф. Все перечисленное	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	15. Технологии развития медиакмьюнити:	А. Организация конкурсов на знание продукта В. Организация флешмоба с продукцией или идеей сообщества (например, конкурс фотографий) С. Взаимодействие с инфлюэнсерами Д. Все вышеперечисленное	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	16. Особенности технологии мультимедиа:	А. одновременная работа со звуком, анимацией, видео, статичными объектами В. возможность обработки графики и текста С. невозможность интерактивного взаимодействия Д. возможность обработки графических изображений	высокий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	17. Что из перечисленного является примером использования мультимедийных технологий в культуре?	А. Виртуальные экскурсии по музеям В. Цифровые репродукции картин С. Покупка билета в музей через интернет	высокий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	18. Мультмедиа - это..	А. интерактивные системы, позволяющие вести в Интернете одновременно диалог с несколькими пользователями В. интерактивные системы, позволяющие быстро производить любые вычисления С. интерактивные системы, обеспечивающие одновременную работу со звуком, анимированной компьютерной графикой, видеокадрами, статистическими изображениями и текстами	высокий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	19. Медиакоммуникация – это	А. информационное взаимодействие между социальными субъектами (личностями, группами,	высокий

		организациями) основанное на производстве, распространении и потреблении массовой информации; В. медиакommunikация есть массовая коммуникация; С. функциональная система, основу которой составляют прикладные модели, разработанные в рамках теории коммуникации; D. наука об общении.	
ОПК-4.1 ОПК-4.2	20. Лонгрид – это:	A. Просто длинный текст на сайте B. Принципиально новый способ подачи материала в мультимедийном формате, охватывающий и косвенную тематику C. Видео , прикрепленное к тесту на сайте	высокий

2 семестр

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ОПК-4.1 ОПК-4.2	1. Медиакommunikация и массовая коммуникация – это	1. одно и то же 2. принципиально отличающиеся понятия 3. взаимопересекающиеся понятия	низкий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	2. В медиакommunikации социальный контроль осуществляется	1. через законы 2. через профессиональную этику 3. посредством технических инструментов	низкий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	3. Информация и знания – это	1. одно и то же 2. не одно и то же	низкий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	4. Характерными чертами информационного общества являются:	1. решена проблема информационного кризиса, т.е. разрешено противоречие между информационной лавиной и информационным голодом; 2. обеспечен приоритет информации по сравнению с другими ресурсами;	низкий

		3. в основу общества заложены автоматизированные генерация, хранение, обработка и использование знаний с помощью новейшей информационной техники и технологии; 4. с помощью средств информатики реализован свободный доступ каждого человека к информационным ресурсам всей цивилизации 5. все перечисленное	
ОПК-4.1 ОПК-4.2	5. В информационном обществе наблюдается	1. увеличение доли умственного труда 2. уменьшение доли умственного труда 3. доля умственного труда остается неизменной	низкий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	6. Как соотносятся понятия информационной войны и психологической войны?	1. психологическая война – это разновидность информационной войны 2. информационная война – это разновидность психологической войны 3. понятия абсолютно совпадают 4. понятия абсолютно различны	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	7. Информация – это	1. власть 2. бизнес 3. ресурс 4. все перечисленное	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	8. Понятие информационного пространства появилось	1. раньше понятия медиапространства 2. позже понятия медиапространства 3. одновременно с понятием медиапространства	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	9. Особенности информационных ресурсов являются :	1. информация не исчезает при ее передаче 2. нельзя передать только часть информации, не исказив ее сути 3. информационные ресурсы обладают свойством накопления, т.е при увеличении информации происходит ее	средний

		качественное изменение, что приводит к появлению нового знания 4. все перечисленное	
ОПК-4.1 ОПК-4.2	10. Какие существуют трактовки медиапространства?	1. геополитическая психологическая 2. экономическая 3. социальная 4. информационно- ноосферна	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	11. Что из перечисленного ниже характерно для медиареальности?	1. искажение пространства и времени 2. объективное существование 3. произвольный сдвиг фокуса зрения 4. упрощение сложных явлений 5. архетипизация образов 6. игрореализация	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	12. Что из перечисленного относится к медиаграмотности?	1. умение грамотно писать 2. умение находить информацию в современных СМИ и интернете 3. умение адекватно понимать и оценивать информацию, предлагаемую текстами СМИ и интернета 4. умение создавать тексты СМИ 5. умение эффективно реагировать на полученную в СМИ информацию 6. знание основных тенденций развития современных СМИ	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	13. Может ли оценочное суждение быть отнесено к медиафейку?	1. да 2. нет 3. смотря какое суждение	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	14. Выберите правильные утверждения:	1. массовая коммуникация всегда осуществляется с помощью технических средств 2. массовая коммуникация может осуществляться без использования технических средств 3. медиакоммуникация всегда осуществляется с помощью технических средств 4. медиакоммуникация может осуществляться	средний

		без использования технических средств	
ОПК-4.1 ОПК-4.2	15. Выберите негативные последствия формирования информационного общества:	1. обеспечен приоритет информации по сравнению с другими ресурсами; информационная технология приобретает глобальный характер, охватывая все сферы социальной деятельности человека; 2. существует проблема отбора качественной и достоверной информации; 3. существует опасность разрыва между "информационной элитой" (людьми, занимающимися разработкой информационных технологий) и потребителями; 4. формируется информационное единство всей человеческой цивилизации; 5. многим людям трудно адаптироваться к среде информационного общества; 6. с помощью средств информатики реализован свободный доступ каждого человека к информационным ресурсам всей цивилизации.	средний
ОПК-4.1 ОПК-4.2	16. Что является главной опасностью информационной войны?	1. искажение в медиапространстве реального положения дел 2. отсутствие видимых признаков какого-либо разрушительного воздействия, характерного для обычной войны 3. наделение исключительно положительными	высокий

		чертами инициатора информационной войны	
ОПК-4.1 ОПК-4.2	17. Как соотносятся понятия информационной войны и войны в киберпространстве?	1. Война в киберпространстве – это разновидность информационной войны 2. информационная война – это разновидность войны в киберпространстве 3. понятия абсолютно совпадают 4. понятия абсолютно различны	высокий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	18. Что из перечисленного ниже явилось результатом происходящих медиакоммуникационных процессов?	1. из мира недостатка информации человек «шагнул» в мир информационной перегрузки; 2. резкое сокращение доли печатных СМИ; 3. появление большого количества разнообразных ток-шоу – от развлекательных до политических; 4. 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.	высокий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	19. Для чего нужна медиареальность?		высокий
ОПК-4.1 ОПК-4.2	20. Что такое информационное общество?		высокий