

**Спецификация конкурсных материалов для проведения практического  
этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний  
«Интеллектуальный мегаполис. Потенциал»  
в номинации «Медиакласс» по направлению «Медиа»**

**1. Назначение конкурсных материалов**

Материалы практического этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» (далее – Конкурс) предназначены для оценки уровня практической подготовки участников Конкурса.

**2. Условия проведения**

Практический этап Конкурса проводится в очной дистанционной форме. При выполнении работы обеспечивается строгое соблюдение порядка организации и проведения Конкурса.

Этап проводится в очном дистанционном формате с использованием технологий прокторинга. Участникам необходимо иметь компьютер (ПК или ноутбук; прохождение диагностики на мобильных устройствах невозможно) с выходом в Интернет, веб-камерой и микрофоном, а также смартфон (или планшет) со стабильным интернетом и приложением для считывания QR-кодов. Браузер разрешается использовать только для прохождения заданий этапа и процедуры прокторинга. Участники Конкурса не могут пользоваться справочными материалами, подготовленными самостоятельно или найденными в сети Интернет во время прохождения испытания.

Требуется предварительная настройка оборудования:

[https://im.mcko.ru/docs/Инструкция\\_для\\_участника\\_конкурса\\_Интеллектуальный\\_мегаполис\\_Потенциал.pdf](https://im.mcko.ru/docs/Инструкция_для_участника_конкурса_Интеллектуальный_мегаполис_Потенциал.pdf).

**3. Продолжительность выполнения**

На выполнение заданий практического этапа Конкурса отводится **120** минут. Во время проведения мероприятия участник может выйти из зоны проведения мероприятия не более чем на 5 минут, предупредив проктора на камеру. Мероприятие не продлевается на время отсутствия участника.

**4. Содержание и структура**

Индивидуальный вариант участника включает 10 заданий, базирующихся на содержании учебных курсов «Технологии медиапроизводства» и «Журналистика и медиа».

**5. Система оценивания**

Задание считается выполненным, если ответ участника совпал с эталоном. Максимальный балл за выполнение всех заданий – 60 баллов.

## **6. Приложения**

1. План конкурсных материалов для проведения практического этапа Конкурса.
2. Демонстрационный вариант конкурсных заданий практического этапа Конкурса.
3. Критерии оценивания открытых вопросов.

**План конкурсных материалов для проведения  
практического этапа Конкурса**

<b>№ задания</b>	<b>Уровень сложности</b>	<b>Уникальные кодификаторы Конкурса</b>	<b>Контролируемые требования к проверяемым умениям</b>	<b>Балл</b>
1	Базовый	1.1 Базовые понятия медиасферы 1.2 История развития технологий в медиасфере. Их современное состояние	Знать историю развития технологий, которые повлияли на текущее состояние медиасферы. Уметь соотносить ключевые изобретения в медиасфере с именами их создателей. Знать базовые термины и уметь различать и описывать основные процессы производства контента и функционирования медиасферы.	2
2	Базовый	1.3 Специфика работы современных медиакомпаний	Знать организационные структуры медиакомпаний и ключевые особенности функционирования медиарынка. Знать спектр современных профессий в медиаиндустрии и специфику профессиональных обязанностей медиаспециалистов. Уметь ориентироваться в медиапространстве, знать ведущие российские медиакомпании на рынке и уметь характеризовать их деятельность на разных информационных платформах.	2

3	Повышенны й	<p>1.1 Базовые понятия медиасферы</p> <p>1.4 Исследования аудитории медиа и организация работы медиа по результатам исследования</p> <p>1.5 Формирование лояльной аудитории</p> <p>1.8 Продвижение контента СМИ</p> <p>1.9 Реклама как особый вид медиапродукции</p> <p>2.1 Производство печатной продукции</p> <p>2.2 Понятие графического дизайна</p> <p>2.3 Производство фотопродукции</p> <p>2.4 Производство видеопродукции</p> <p>2.5 Телевизионное вещание</p> <p>2.6 Технологии вещания</p> <p>2.7 Звукозапись</p> <p>2.8 Специфика подкастов</p> <p>2.9 Радиовещание</p> <p>2.10 Вещание в интернете</p> <p>2.11 Интернет-технологии</p> <p>2.12 Социальные сети как платформа новых медиа</p> <p>2.14 Производство медиаконтента и презентация проекта</p>	<p>Знать базовые термины и уметь различать и описывать основные процессы производства контента и функционирования медиасферы. Знать основные технологические процессы и форматы производства и распространения контента. Знать основные инструменты, используемые при производстве контента различных типов. Уметь различать технологические процессы в зависимости от вида медиа. Понимать особенности традиционной и цифровой дистрибуции контента. Знать базовые принципы производства и организации процесса создания фото- и видеопродукции, графической и печатной продукции, производства аудиопродукции, в том числе подкастов, радиовещания, телевизионного вещания и вещания в интернете. Знать современные форматы видеоконтента. Уметь описывать целевую аудиторию и особенности медиапотребления разных социально-демографических групп.</p>	7
4	Повышенны й	<p>1.6 Связи с общественностью</p> <p>1.7 Пресс-службы</p> <p>1.8 Продвижение контента СМИ</p>	<p>Знать основные процессы производства и размещения рекламных сообщений разного формата. Знать основные</p>	10

		<p>1.9 Реклама как особый вид медиапродукции</p> <p>2.2 Понятие графического дизайна</p> <p>2.3 Производство фотопродукции</p> <p>2.4 Производство видеопродукции</p> <p>2.11 Интернет-технологии</p> <p>2.12 Социальные сети как платформа новых медиа</p> <p>2.13 Блоги, агрегаторы</p>	<p>виды рекламных сообщений. Знать основные форматы распространения контента, в том числе цифрового контента в интернет-среде и в социальных сетях. Понимать особенности выбора платформы для размещения рекламы под разные цели и целевые группы. Знать базовые принципы производства фото-/видео- и графической продукции. Знать современные форматы контента в социальных сетях. Уметь составлять рекламные сообщения с учетом формата и особенностей различных медиаплатформ, в том числе социальных сетей.</p>	
5	Повышенны й	<p>1.4 Исследования аудитории медиа и организация работы медиа по результатам исследования</p> <p>1.5 Формирование лояльной аудитории</p>	<p>Уметь определять релевантные методы исследования. Уметь составлять базовые вопросы для опросов аудитории. Знать основные понятия медиаисследований и работы с аудиторией медиа. Выбирать подходящие инструменты продвижения под различные сегменты аудитории. Планировать коммуникацию с аудиторией и составлять сообщения с учетом формата платформы и</p>	9

			тенденций восприятия контента целевой группой.	
6	Базовый	<p>1.1 Журналистика как профессия</p> <p>1.2 Организация работы редакции</p> <p>1.3 Журналистский текст, его структура и базовые элементы</p> <p>1.4 Работа с источниками информации</p> <p>2.1 Жанровая система современной печатной и цифровой периодики</p> <p>2.2 Информационная повестка</p> <p>3.1 Работа в жанре интервью</p> <p>3.2 Рецензия</p> <p>3.3 Авторская колонка</p> <p>3.4 Зарисовка</p> <p>3.5 Портрет</p> <p>4.1 Особенности работы журналиста в социальных сетях.</p> <p>4.2 Подготовка текста для социальных сетей</p>	<p>Знать основные термины сферы журналистики, уметь давать им определения. Понимать функции журналистики и ее роль в обществе, особенности работы журналиста и организации работы редакции.</p> <p>Понимать принципы организации журналистского текста, функции основных структурных элементов публикаций.</p> <p>Ориентироваться в типологии жанров журналистики. Знать основные социальные сети и их функции.</p>	3
7	Базовый	<p>1.1 Журналистика как профессия</p> <p>1.2 Организация работы редакции</p> <p>1.3 Журналистский текст, его структура и базовые элементы</p> <p>1.4 Работа с источниками информации</p> <p>2.1 Жанровая система современной печатной и цифровой периодики</p> <p>2.2 Информационная повестка</p>	<p>Знать основные термины сферы журналистики, функции журналистики и ее роль в обществе, особенности работы журналиста и организации работы редакции, профессиональные навыки и личные качества журналиста, права и обязанности журналиста.</p> <p>Ориентироваться в типологии жанров журналистики. Понимать принципы организации журналистского текста,</p>	4

		<p>4.1 Особенности работы журналиста в социальных сетях.</p> <p>4.2 Подготовка текста для социальных сетей</p>	<p>функции основных структурных элементов публикаций. Знать основные социальные сети и их функции. Понимать особенности работы СМИ в социальных сетях, уметь определять целевую аудиторию социальных сетей.</p>	
8	Повышенны й	<p>1.3 Журналистский текст, его структура и базовые элементы</p> <p>2.1 Жанровая система современной печатной и цифровой периодики</p> <p>2.3 Подготовка новостных заметок</p> <p>3.1 Работа в жанре интервью</p> <p>3.2 Рецензия</p> <p>3.3 Авторская колонка</p> <p>3.4 Зарисовка</p> <p>3.5 Портрет</p>	<p>Уметь определить журналистский текст, ориентироваться в типологии жанров журналистики, знать основные жанры и особенности подготовки текстов в жанре авторской колонки, зарисовки, рецензии, уметь выбирать наиболее подходящий жанр для изложения выбранной темы.</p>	6
9	Повышенны й	<p>1.3 Журналистский текст, его структура и базовые элементы</p> <p>2.1 Жанровая система современной печатной и цифровой периодики</p> <p>3.1 Работа в жанре интервью</p> <p>2.4 Подготовка репортажа</p> <p>4.3 Выпуск итогового медиапроекта</p>	<p>Понимать принципы организации журналистского текста, функции основных структурных элементов публикаций. Уметь находить, оценивать и отбирать материалы для использования при создании медиатекстов. Уметь создавать публицистические тексты разных функционально-смысловых типов. Уметь определить журналистский текст, ориентироваться в типологии жанров журналистики, знать особенности подготовки текстов в жанре репортажа.</p>	8

10	Повышенны й	<p>1.3 Журналистский текст, его структура и базовые элементы</p> <p>2.1 Жанровая система современной печатной и цифровой периодики</p> <p>2.4 Подготовка репортажа</p> <p>4.1 Особенности работы журналиста в социальных сетях.</p> <p>4.2 Подготовка текста для социальных сетей</p> <p>4.3 Выпуск итогового медиапроекта</p>	<p>Понимать принципы организации журналистского текста, функции основных структурных элементов публикаций. Уметь составлять план публикации, определять структуру будущего материала, знать определение медиапроекта и основные этапы работы над ним. Уметь находить, оценивать и отбирать материалы для использования при создании медиатекстов. Уметь создавать публицистические тексты разных функционально-смысловых типов. Понимать особенности работы СМИ в социальных сетях, уметь определять целевую аудиторию социальных сетей и особенности ее медиапотребления, понимать возможности и ограничения в использовании функционала социальных сетей.</p>	9
<b>Всего баллов:</b>				<b>60</b>



## Демонстрационный вариант конкурсных заданий практического этапа Конкурса

### Пример состава задания практического этапа Конкурса.

#### Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

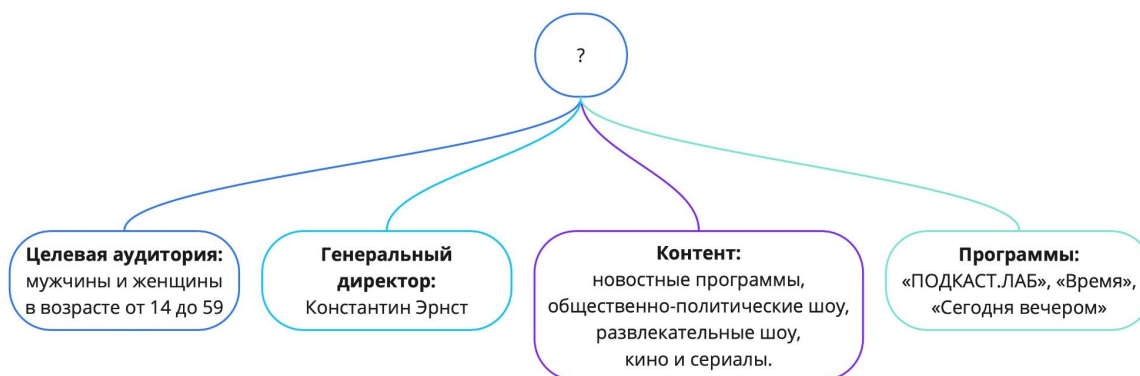
«\_\_\_\_\_» — технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ею между субъектом (коммуникантом) и объектом (коммуникатором).

1. Средства массовой коммуникации
2. Средства массовой информации
3. Медиумы
4. Медиарынки
5. Нет правильного ответа

Ответ: 1

#### Задание 2.

Какое СМИ зашифровано на схеме?



1. НТВ
2. РБК
3. Кинопоиск
4. Первый канал
5. Нет правильного ответа

Ответ: 4

#### Задание 3.

Впишите слова, пропущенные в тексте (от 1 до 2 слов на месте каждого пропуска).  
В ответе могут быть использованы любые части речи.

Производство подкаста начинается с проработки идеи и концепции, которая определяет формат и тематику итогового продукта. После того как вы определились с темой, необходимо подготовить 1) \_\_\_\_\_, который будет служить основой для записи. Иногда основой подкаста является 2) \_\_\_\_\_ с приглашенным экспертом, тогда на этапе подготовки требуется составить список вопросов.

Запись подкаста обычно происходит в специализированной 3) \_\_\_\_\_, где используется профессиональное оборудование, например, 4) \_\_\_\_\_. Важно обращать внимание на качество звука, так как это напрямую влияет на восприятие материала аудиторией. Когда запись завершена, начинается этап 5) \_\_\_\_\_, который включает редактирование аудио, добавление эффектов и улучшение качества звука. На этом этапе часто привлекается композитор, который создает 6) \_\_\_\_\_ — короткую музыкальную композицию, включающую в себя мелодию и текст или слоган. Смонтированный подкаст размещается на различных 7) \_\_\_\_\_ для того, чтобы его могли слушать по всему миру.

**Возможный ответ:**

- 1) Сценарий
- 2) Интервью
- 3) Студии
- 4) Микрофоны/диктофоны/микшеры/звукозаписывающие устройства
- 5) Постпродакшена/постобработки
- 6) Джингл/музыкальную заставку
- 7) Платформах/площадках

**Задание 4.**

Вы работаете в PR-агентстве. Ваш клиент — начинающий автор Даниил Кабачков — написал книгу «Почему в России *так* едят», в которой рассказывается про исторические и культурные особенности, повлиявшие на развитие русской кухни. Автор обратился в ваше агентство для продвижения своей книги. Ваша задача — вывести продукт на рынок. Книгу можно приобрести через онлайн-магазин.

Рекламная стратегия, которую разработала ваша команда, включает в себя сотрудничество с блогерами. На данном этапе вам надо разместить рекламу у блогера-повара Олега, который ведет свой фуд-блог на платформе «ВКонтакте». Его основной контент состоит из текстовых постов и видео с простыми, но при этом необычными рецептами — новый взгляд на русскую традиционную кухню. Количество подписчиков — 11 тысяч человек. Вы полагаете, что аудитория блога Олега заинтересуется новой книгой, и поэтому заказываете у него рекламу.

**Составьте концепцию рекламного поста у блогера. Отрадите следующие аспекты:**

1. Цель рекламы.
2. Формат рекламного контента.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): содержание изображения или видео, композиционное решение, цветовая гамма, технические параметры и т.д.
4. Требования к тексту или аудио (не менее 3-х): структура материала и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), объем текста и/или длительность аудиовизуального контента, стиль контента/тональность (tone of voice) и т.д.

**Возможный ответ:**

- 1) Цель рекламы: повысить осведомленность о книге и побудить подписчиков купить ее через интернет-магазин. Эффективность размещения рекламы можно будет измерить по количеству просмотров, переходов со страницы блогера Олега на сайт онлайн-магазина и количеству совершенных покупок с использованием промокода.


- 2) Формат рекламного контента: один текстовый пост на странице блогера с одной фотографией.
- 3) Фотография Олега, который читает книгу «Почему в России *так* едят». Крупный план. В кадре должно быть хорошо видно обложку и название книги. Фотография выполнена в светлых спокойных тонах без ярких акцентов, фон нейтральный. Например, блогер сидит за столом в кофейне и читает книгу. Горизонтальная фотография, минимальный размер — 510x300 пикселей.
- 4) Структура поста должна быть следующей: вопрос, основная часть, заключение. Для привлечения внимания аудитории начать пост с вопроса, например, «Знаете ли вы, что на Руси кислыми щами назывался далеко не суп, а квас?». Далее рассказать о том, что фуд-блогер находится в постоянном поиске новых ингредиентов. И недавно наткнулся на новую книгу. Кратко представить автора и его новое произведение. Привести один интересный факт из книги. В завершении поста указать сайт, где можно приобрести книгу, и промокод от блогера на скидку 10%. Объем текста — 100-150 слов. Tone of voice поста не должен выбиваться из общей стилистики блога. Максимально естественная, ненавязчивая подача.

### **Задание 5.**

#### **Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.**

Молодая команда психологов планирует запустить игровой телеграм-бот. Его основная задача — в формате игры помогать пользователям справляться со стрессом. Бот работает следующим образом: сначала он уточняет проблему пользователя, затем предлагает инструменты и активности, которые нужно выполнять для борьбы с этой проблемой. Телеграм-бот отслеживает прогресс участника и присылает ему еженедельные отчеты. Подписка будет стоить 150 рублей в месяц.

Разработчики бота предполагают, что их проект будет пользоваться спросом среди жителей крупных городов и городов-миллионников по всей России. Целевая аудитория — мужчины и женщины в возрасте от 25 до 40 лет, которые много работают и подвержены стрессу. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 <p><b>Даниил</b> 29 лет Москва IT-аналитик</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="604 232 820 322"><b>Интересы/увлечения/ хобби</b></td> <td data-bbox="820 232 1377 322">Интересуется ведением бизнеса, повышением самозффективности, тайм-менеджментом, чтением научной фантастики.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 322 820 479"><b>Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</b></td> <td data-bbox="820 322 1377 479">1. <b>НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</b></td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 479 820 524"><b>Ценности</b></td> <td data-bbox="820 479 1377 524">Самореализация, саморазвитие, семья.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 524 820 658"><b>Потребности</b></td> <td data-bbox="820 524 1377 658">Хочет изменить свою жизнь в лучшую сторону. Хочет больше времени уделять своему здоровью. Хочет получить готовые решения своих проблем, но при этом не тратить много времени и денег на психолога. Не хочет рассказывать о своих проблемах близким людям.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 658 820 703"><b>Что беспокоит</b></td> <td data-bbox="820 658 1377 703">2. <b>НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</b></td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 703 820 775"><b>Метод исследования целевой аудитории</b></td> <td data-bbox="820 703 1377 775">3. <b>НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</b></td> </tr> </table>	<b>Интересы/увлечения/ хобби</b>	Интересуется ведением бизнеса, повышением самозффективности, тайм-менеджментом, чтением научной фантастики.	<b>Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</b>	1. <b>НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</b>	<b>Ценности</b>	Самореализация, саморазвитие, семья.	<b>Потребности</b>	Хочет изменить свою жизнь в лучшую сторону. Хочет больше времени уделять своему здоровью. Хочет получить готовые решения своих проблем, но при этом не тратить много времени и денег на психолога. Не хочет рассказывать о своих проблемах близким людям.	<b>Что беспокоит</b>	2. <b>НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</b>	<b>Метод исследования целевой аудитории</b>	3. <b>НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</b>
<b>Интересы/увлечения/ хобби</b>	Интересуется ведением бизнеса, повышением самозффективности, тайм-менеджментом, чтением научной фантастики.												
<b>Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</b>	1. <b>НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</b>												
<b>Ценности</b>	Самореализация, саморазвитие, семья.												
<b>Потребности</b>	Хочет изменить свою жизнь в лучшую сторону. Хочет больше времени уделять своему здоровью. Хочет получить готовые решения своих проблем, но при этом не тратить много времени и денег на психолога. Не хочет рассказывать о своих проблемах близким людям.												
<b>Что беспокоит</b>	2. <b>НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</b>												
<b>Метод исследования целевой аудитории</b>	3. <b>НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</b>												

**Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся в кейсе и в таблице информации.**

**В пункте 1** вам нужно описать медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Напишите не менее 3-х источников получения информации, приведите конкретные медиаресурсы и укажите форматы контента.

**В пункте 2** нужно описать проблемы и боли представителя целевой аудитории, то есть что беспокоит и тревожит его. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения).

**В пункте 3** предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы после выхода бота изучили бы реакцию аудитории на ваш продукт, могли бы понять, что пользователям нравится, а что нужно доработать. Кратко охарактеризуйте и обоснуйте выбранный метод.

#### **Возможный ответ:**

1. Постоянно читает новости в телеграм-каналах. Подписан на РБК. Слушает подкасты про бизнес и современные технологии. В свободное время читает художественную литературу.
2. Боится, что отстанет от трендов в сфере технологий и бизнеса. Переживает, что его коллеги справляются с рабочими задачами лучше, и это вызывает у него постоянное беспокойство и неуверенность в своих личных и профессиональных качествах. Боится обращаться к психологу, так как его близкие могут не поддержать его в этом.
3. Онлайн-анкетирование. Этот метод сбора данных предполагает разработку анкеты с различными типами вопросов (открытыми и закрытыми). Анкету можно разместить на специальных сервисах для проведения опросов и поделиться ссылкой в телеграм-боте. В ситуации, когда нужно опросить пользователей после выхода продукта, это будет наиболее релевантный метод сбора данных, так как позволит опросить текущих пользователей — кто уже попробовал использовать телеграм-бот, а также тех, кто, например, установил бот, но не стал пользоваться.

Это удобный инструмент для оценки пользовательского опыта, с помощью которого можно выявить проблемы в функционировании продукта, а также что нравится и не нравится пользователям. В рамках такого исследования можно получить обратную связь на продукт и сделать его более эффективным и удобным с учетом запросов целевой аудитории.

**Задание 6.**

**Рецензия это –**

- А) рассказ об общественно значимом мероприятии (совещание, конференция, собрание)
- Б) рассказ о событии с непосредственным наблюдением журналиста за происходящим, отличается документальностью, актуальностью, оперативностью, наглядностью и достоверностью
- В) жанр, основу которого составляет аналитический отзыв о произведении художественной литературы, искусства, науки, кинематографа и т. п.
- Г) анализ негативного явления действительности с целью выяснить его причины, придать огласку

Ответ: В

**Задание 7.**

**Сопоставьте качества журналиста с их типом.**

Качества	Тип
<p>А. Знание законов и умение их применять</p> <p>Б. Внимательность</p> <p>В. Обладание навыками работы с профессиональным оборудованием</p> <p>Г. Смелость</p> <p>Д. Любопытство</p>	<p>1. Профессиональные</p> <p>2. Личностные</p>

Ответ: А1 Б2 В1 Г2 Д2

**Задание 8.**

**Определите жанр журналистского материала по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.**

“Как гласит пословица: талантливый человек талантлив во всём. Александр Сергеевич Пушкин, великий поэт и писатель, классик русской литературы, также проявил себя как талантливый журналист и редактор. Он был одним из основателей журнала

«Современник», который стал одним из самых популярных изданий 1830-х годов. Хотя Пушкин не был профессиональным журналистом, его статьи и заметки, опубликованные в периодических изданиях при его жизни, а также те, что остались в рукописях, свидетельствуют о его высоком уровне. В своих письмах он часто высказывался о журналистике, а в своих произведениях часто упоминал о дискуссиях в печати. Пушкин был хорошо знаком с современной и исторической журналистикой: в его библиотеке было более тридцати журналов”.

**Возможный ответ:**

Портрет. Текст представляет собой рассказ о жизненном пути человека, его значимых увлечениях.

**Задание 9.**

Вы работаете в редакции газеты «Москва. Здесь и сейчас» и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль «Сладкое лето в Москве». На фестивале организованы: торговые ряды, фуд-корты, мастер-классы по изготовлению кондитерских изделий, фотозоны. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля.

- 1) Подходит ли данное событие для написания репортажа? (Да/Нет). Аргументируйте ваш ответ.
- 2) Предложите, как можно разнообразить ваш материал и создать «эффект присутствия» для ваших читателей (укажите не менее двух идей).

**Возможный ответ:**

1) Да. Предложенный фестиваль — это динамичное и эмоциональное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами:

Добавить в репортаж фото с места событий. Это привлечет внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у посетителей мероприятия, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным. Читателям будет интересно узнать мнение обычных посетителей, а не официальных организаторов фестиваля.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Присоединиться к мастер-классам, встать за прилавком к продавцу в торговых рядах, попробовать продукцию. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

**Задание 10.**

Вы работаете в редакции газеты «Москва. Здесь и сейчас» и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль «Сладкое лето в Москве». На фестивале организованы: торговые ряды, фуд-корты, мастер-классы по изготовлению кондитерских изделий, фотозоны. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт газеты, где опубликован ваш материал. Необходимо адаптировать ваш материал под указанную площадку (сообщество издания в социальной сети).

- 1) Укажите целевую аудиторию сообщества вашего издания во ВКонтакте. Что зачастую привлекает внимание данных пользователей?

2) Опишите структуру информационного поста для размещения в сообществе в указанной социальной сети.

**Возможный ответ:**

1) Типичный подписчик сообщества газеты «Москва. Здесь и сейчас» — москвич среднего возраста, ведущий активный образ жизни и интересующийся жизнью города. Привлекает таких пользователей: лаконичность, простота изложения информации, экономия времени, возможность обсудить новость с друзьями и единомышленниками в комментариях и личных сообщениях. Также привлекает внимание сочетание новостей и новых форматов, таких как: мемы, сторис, клипы и др.

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

**Критерии оценивания.**

Участник конкурса получает вариант, в котором содержится 10 заданий. Каждое задание предполагает выбор одного или нескольких ответов, либо необходимость написать свой ответ. Задания с открытыми вопросами включают краткий или развернутый ответ. В конкурсном варианте задания могут располагаться в любом порядке, при этом структура заданий конкурсных вариантов у каждого участника идентична и соответствует демоварианту.

Задания №1, №2, №6, №7 оцениваются системой автоматически. Задания №3, №4, №5, №8, №9, №10 проверяются экспертами согласно критериям, представленным ниже.

**Задание 3.**

За каждый правильный ответ начисляется 1 балл. Максимальное количество баллов, которое можно получить за это задание — 7 баллов. Ответ проверяется экспертами вручную без учета регистра и опечаток в слове. В случае опечатки или неправильного склонения или спряжения слова, а также употребления синонимичного термина в случаях, где это уместно, ответ будет засчитан.

**Задание 4.****Пояснение для проверяющего:**

Оценка выставляется по 4-м критериям:

Пункт № 1 — максимально 2 балла;

Пункт № 2 — максимально 2 балла;

Пункт № 3 — максимально 3 балла;

Пункт № 4 — максимально 3 балла.

<b>Кол-во баллов</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
Пункт № 1	—	<b>Цель определена и в полной мере соответствует информации в кейсе.</b>	<b>Цель определена, но не соответствует в полной мере информации в кейсе (например, участник указывает второстепенную</b>	<b>Цель не определена или определена неверно.</b>



			цель).	
Пункт № 2	—	<p>Формат контента <b>определен. Подробно описан. Соответствует</b> информации в кейсе.</p>	<p>Формат контента <b>определен, но не соответствует</b> информации в кейсе (к примеру, участник <i>выбирает формат, который реализуем на заданной платформе, но не соответствует данным из кейса</i>).</p>	<p>Формат контента <b>не определен или определен неверно</b> (к примеру, в <i>качестве формата участник выбирает прямой эфир, но указанная в кейсе площадка не имеет функций для проведения эфира</i>).</p>
Пункт № 3	<p>В ответе приведено <b>3 или более релевантных требования, которые:</b></p> <p>1. соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте «требования к визуалу» участник <i>приводит требования к фото- или видеоизображению, а не к тексту</i>);</p> <p>2. соответствуют информации в кейсе (в ответе на вопрос участник <i>опирается на информацию из кейса</i>).</p>	<p>В ответе приведено <b>2 релевантных требования, которые:</b></p> <p>1. соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте «требования к визуалу» участник <i>приводит требования к фото- или видеоизображению, а не к тексту</i>);</p> <p>2. соответствуют информации в кейсе (в ответе на вопрос участник <i>опирается на информацию из кейса</i>).</p>	<p>В ответе приведено только <b>1 релевантное требование, которое:</b></p> <p>1. соответствует заявленному пункту (к примеру, в пункте «требования к визуалу» участник <i>приводит требования к фото- или видеоизображению, а не к тексту</i>);</p> <p>2. соответствует информации в кейсе (в ответе на вопрос участник <i>опирается на информацию из кейса</i>).</p>	<p>Требования <b>не приведены или не соответствуют</b> заявленному пункту.</p>
Пункт № 4	<p>В ответе приведено <b>3 или более релевантных требования,</b></p>	<p>В ответе приведено <b>2 релевантных требования, которые:</b></p>	<p>В ответе приведено только <b>1 релевантное требование,</b></p>	<p>Требования <b>не приведены или не соответствуют</b> заявленному</p>

	<p><b>которые:</b></p> <p>1. соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте «требования к тексту или аудио» участник приводит требования к тексту или аудио, а не к изображению или видео);</p> <p>2. соответствуют информации в кейсе (например, в ответе на вопрос участник опирается на информацию из кейса).</p>	<p>1. соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте «требования к тексту или аудио» участник приводит требования к тексту или аудио, а не к изображению или видео);</p> <p>2. соответствуют информации в кейсе (например, в ответе на вопрос участник опирается на информацию из кейса).</p>	<p><b>которое:</b></p> <p>1. соответствует заявленному пункту (к примеру, в пункте «требования к тексту или аудио» участник приводит требования к тексту или аудио, а не к изображению или видео);</p> <p>2. соответствует информации в кейсе (например, в ответе на вопрос участник опирается на информацию из кейса).</p>	пункту.
--	---	--	---	---------

### Задание 5.

#### Пояснение для проверяющего:

Оценка выставляется по 3-м критериям:

Пункт № 1 — максимально 3 балла;

Пункт № 2 — максимально 3 балла;

Пункт № 3. Метод исследования — максимально 3 балла.

Кол-во баллов	3	2	1	0
Пункт № 1	В ответе приведены <b>3 или более релевантные гипотезы/позиции</b> , они соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте	В ответе приведены <b>2 релевантные гипотезы/позиции</b> , они соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте «медиапотребление	В ответе приведена <b>1 релевантная гипотеза/позиция</b> , соответствующая заявленному пункту (к примеру, в пункте «медиапотребление	Гипотезы <b>не</b> приведены или <b>не</b> соответствуют заявленному пункту.

	«медиапотребление» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями).	» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями).	» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями.	
Пункт № 2	В ответе приведены <b>3 или более релевантные гипотезы/позиции</b> , они соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте «медиапотребление» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями).	В ответе приведены <b>2 релевантные гипотезы/позиции</b> , они соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте «медиапотребление» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями).	В ответе приведена <b>1 релевантная гипотеза/позиция</b> , соответствующая заявленному пункту (к примеру, в пункте «медиапотребление» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями).	Гипотезы <b>не</b> приведены или <b>не</b> соответствуют заявленному пункту.
Пункт № 3. Метод исследования	Исследование <b>может быть проведено</b> указанным методом.  В работе корректно отображены <b>три пункта</b> : - название метода исследования - описание метода - обоснование выбора: отражена связь исследуемой области и	Исследование <b>может быть проведено</b> указанным методом.  <b>Два</b> из трех пунктов корректно отображены: - название метода исследования - описание метода - обоснование выбора: отражена связь исследуемой области и	Исследование <b>может быть проведено</b> указанным методом.  <b>Один</b> из трех пунктов корректно отображен: - название метода исследования - описание метода - обоснование выбора: отражена связь исследуемой области и	Исследование <b>не может быть проведено</b> указанным методом или <b>все пункты</b> не приведены или отображены некорректно: - название метода исследования - описание метода - обоснование выбора: отражена связь исследуемой области и специфика

	специфика выбранного метода (качественное/количественное исследование).	специфика выбранного метода (качественное/количественное исследование).	специфика выбранного метода (качественное/количественное исследование).	выбранного метода (качественное/количественное исследование).
--	--	--	--	---

### Задание 8

Кол-во баллов	6	3	1	0
	Верно определён жанр журналистского материала. Дано корректное, полное, исчерпывающее пояснение выбора жанра. Ответ конкретный и снабжен релевантными аргументами.	Верно определён жанр журналистского материала. Ответ конкретный и снабжен релевантными аргументами, но при этом автор допускает значительные обобщения.	Верно определён только жанр журналистского материала. Автор никак не аргументирует свой выбор.  Или  Жанр журналистского материала определён неверно, НО автор верно аргументирует свой выбор.	Ответ автора полностью некорректен или автор не дает ответ на поставленный вопрос.

## Задание 9

### Пояснение для проверяющего:

Оценка выставляется по 2-ум критериям:

Пункт № 1 — максимально 4 балла;

Пункт № 2 — максимально 4 балла;

Кол-во баллов	4	2	0
Пункт №1	Верно дан ответ Да/Нет. Ответ конкретный и снабжен релевантными аргументами.	Верно дан только ответ Да/Нет.  Автор никак не аргументирует свой выбор.	Ответ автора полностью некорректен или автор не дает ответ на поставленный вопрос.
Пункт №2	Указаны две и более идеи. Дано корректное, полное, исчерпывающее описание идей, которое полностью соответствует указанной цели. (Например, участник предлагает идеи, соответствующие условиям кейса). Автор показывает высокую осведомленность в теме.	Указана одна идея. Дано корректное, полное, исчерпывающее описание идеи, которое полностью соответствует указанной цели. <i>(Например, участник предлагает идеи, соответствующие условиям кейса)</i> . Автор демонстрирует осведомленность в теме.	Ответ автора полностью некорректен или автор не дает ответ на поставленный вопрос.

## Задание 10

### Пояснение для проверяющего:

Оценка выставляется по 2-ум критериям:

Пункт № 1 — максимально 5 баллов;

Пункт № 2 — максимально 4 балла.

<b>Кол-во баллов</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
Пункт №1	Верно указана целевая аудитория указанной площадки. Корректно описаны особенности медиапотребления целевой аудитории площадки.	Верно указана целевая аудитория указанной площадки. Автор неверно или вообще не указывает особенности медиапотребления целевой аудитории площадки.	Ответ автора полностью некорректен или автор не дает ответ на поставленный вопрос.
<b>Кол-во баллов</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
Пункт №2	Автор верно описывает структуру информационного поста в социальной сети.	Автор верно описывает структуру информационного поста в социальной сети, но делает 1-2 незначительные ошибки.	Ответ автора полностью некорректен или автор не дает ответ на поставленный вопрос.