



ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ
МЕГАПОЛИС

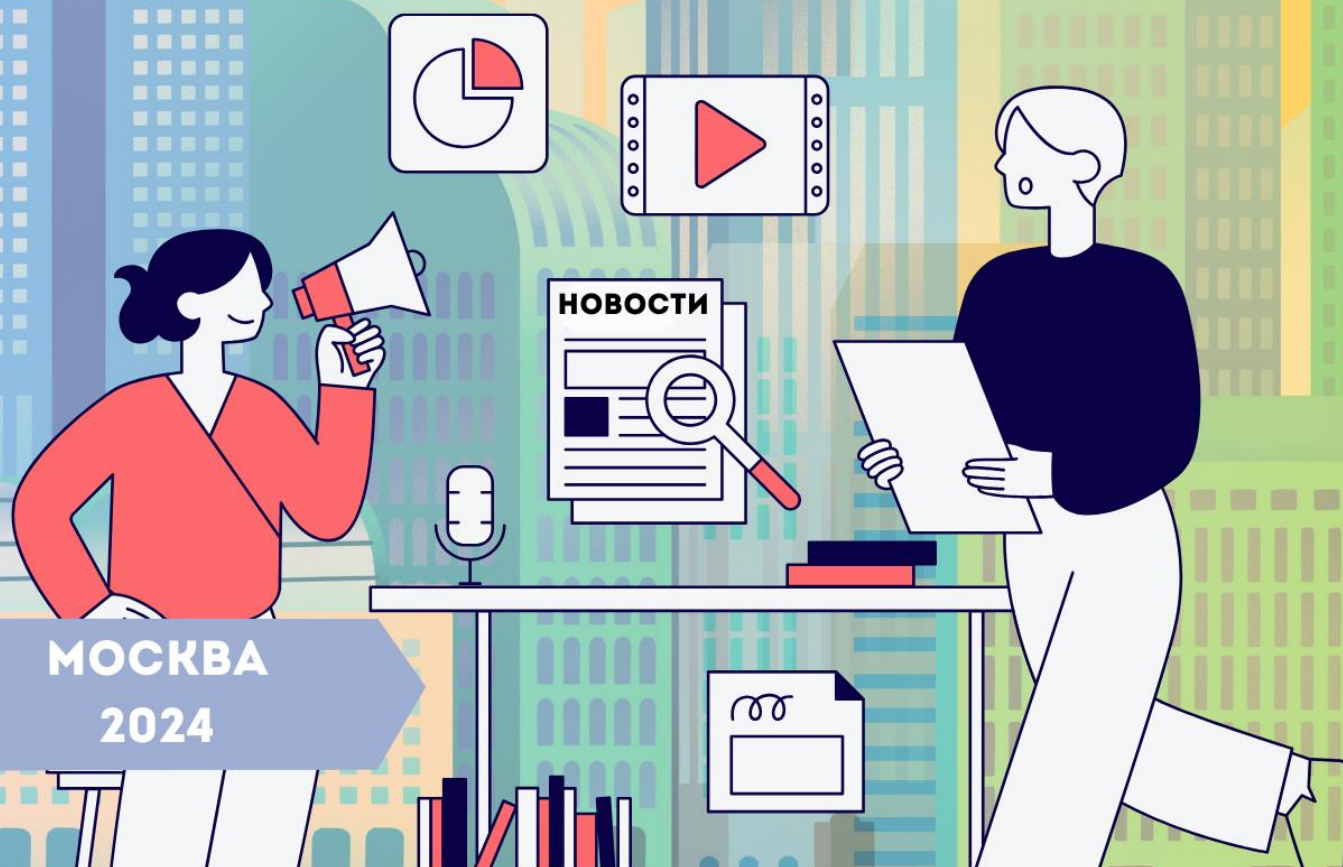
ЗАДАЧНИК



МЕДИАКЛАСС
В МОСКОВСКОЙ ШКОЛЕ

**НАПРАВЛЕНИЕ
МЕДИА**

ПРАКТИЧЕСКИЙ ЭТАП



**МОСКВА
2024**

Оглавление

Вариант 1.....	16
Задание 1.	16
Задание 2.	16
Задание 3.	17
Задание 4.	17
Задание 5.	18
Задание 6.	19
Задание 7.	20
Задание 8.	20
Задание 9.	20
Задание 10.	21
Вариант 2.....	22
Задание 1.	22
Задание 2.	22
Задание 3.	22
Задание 4.	23
Задание 5.	24
Задание 6.	26
Задание 7.	26
Задание 8.	26
Задание 9.	27
Задание 10.	28
Вариант 3.....	29
Задание 1.	29
Задание 2.	29
Задание 3.	30
Задание 4.	30
Задание 5.	31
Задание 6.	33
Задание 7.	33
Задание 8.	33
Задание 9.	34
Задание 10.	34
Вариант 4.....	36
Задание 1.	36
Задание 2.	36
Задание 3.	37

Задание 4.	37
Задание 5.	38
Задание 6.	40
Задание 7.	40
Задание 8.	40
Задание 9.	41
Задание 10.	41
Вариант 5.....	43
Задание 1.	43
Задание 2.	43
Задание 3.	43
Задание 4.	44
Задание 5.	45
Задание 6.	46
Задание 7.	47
Задание 8.	47
Задание 9.	47
Задание 10.	48
Вариант 6.....	49
Задание 1.	49
Задание 2.	49
Задание 3.	49
Задание 4.	50
Задание 5.	51
Задание 6.	52
Задание 7.	53
Задание 8.	53
Задание 9.	53
Задание 10.	54
Вариант 7.....	55
Задание 1.	55
Задание 2.	55
Задание 3.	55
Задание 4.	56
Задание 5.	57
Задание 6.	59
Задание 7.	59
Задание 8.	59
Задание 9.	60

Задание 10.	61
Вариант 8.....	62
Задание 1.	62
Задание 2.	62
Задание 3.	63
Задание 4.	63
Задание 5.	64
Задание 6.	66
Задание 7.	66
Задание 8.	66
Задание 9.	67
Задание 10.	67
Вариант 9.....	69
Задание 1.	69
Задание 2.	69
Задание 3.	69
Задание 4.	70
Задание 5.	71
Задание 6.	72
Задание 7.	72
Задание 8.	73
Задание 9.	73
Задание 10.	74
Вариант 10.....	75
Задание 1.	75
Задание 2.	75
Задание 3.	75
Задание 4.	76
Задание 5.	77
Задание 6.	78
Задание 7.	79
Задание 8.	79
Задание 9.	80
Задание 10.	80
Вариант 11.....	82
Задание 1.	82
Задание 2.	82
Задание 3.	83
Задание 4.	83

Задание 5.	84
Задание 6.	85
Задание 7.	86
Задание 8.	86
Задание 9.	87
Задание 10.	87
Вариант 12.....	89
Задание 1.	89
Задание 2.	89
Задание 3.	90
Задание 4.	90
Задание 5.	91
Задание 6.	93
Задание 7.	93
Задание 8.	93
Задание 9.	94
Задание 10.	94
Вариант 13.....	96
Задание 1.	96
Задание 2.	96
Задание 3.	97
Задание 4.	97
Задание 5.	98
Задание 6.	100
Задание 7.	100
Задание 8.	100
Задание 9.	101
Задание 10.	102
Вариант 14.....	103
Задание 1.	103
Задание 2.	103
Задание 3.	104
Задание 4.	104
Задание 5.	105
Задание 6.	107
Задание 7.	107
Задание 8.	107
Задание 9.	108
Задание 10.	109

Вариант 15.....	110
Задание 1.	110
Задание 2.	110
Задание 3.	111
Задание 4.	111
Задание 5.	112
Задание 6.	113
Задание 7.	113
Задание 8.	114
Задание 9.	114
Задание 10.	115
Вариант 16.....	116
Задание 1.	116
Задание 2.	116
Задание 3.	116
Задание 4.	117
Задание 5.	118
Задание 6.	119
Задание 7.	119
Задание 8.	119
Задание 9.	120
Задание 10.	120
Вариант 17.....	122
Задание 1.	122
Задание 2.	122
Задание 3.	123
Задание 4.	123
Задание 5.	124
Задание 6.	126
Задание 7.	126
Задание 8.	126
Задание 9.	126
Задание 10.	127
Вариант 18.....	128
Задание 1.	128
Задание 2.	128
Задание 3.	128
Задание 4.	129
Задание 5.	130

Задание 6.	131
Задание 7.	132
Задание 8.	132
Задание 9.	132
Задание 10.	133
Вариант 19.....	134
Задание 1.	134
Задание 2.	134
Задание 3.	135
Задание 4.	135
Задание 5.	136
Задание 6.	137
Задание 7.	138
Задание 8.	138
Задание 9.	138
Задание 10.	139
Вариант 20.....	141
Задание 1.	141
Задание 2.	141
Задание 3.	141
Задание 4.	142
Задание 5.	143
Задание 6.	144
Задание 7.	144
Задание 8.	145
Задание 9.	145
Задание 10.	146
Вариант 21.....	147
Задание 1.	147
Задание 2.	147
Задание 3.	147
Задание 4.	148
Задание 5.	149
Задание 6.	150
Задание 7.	150
Задание 8.	151
Задание 9.	151
Задание 10.	152
Вариант 22.....	153

Задание 1.	153
Задание 2.	153
Задание 3.	153
Задание 4.	154
Задание 5.	155
Задание 6.	156
Задание 7.	156
Задание 8.	156
Задание 9.	157
Задание 10.	157
Вариант 23.....	159
Задание 1.	159
Задание 2.	159
Задание 3.	159
Задание 4.	160
Задание 5.	161
Задание 6.	162
Задание 7.	162
Задание 8.	162
Задание 9.	163
Задание 10.	164
Вариант 24.....	165
Задание 1.	165
Задание 2.	165
Задание 3.	165
Задание 4.	166
Задание 5.	167
Задание 6.	168
Задание 7.	168
Задание 8.	168
Задание 9.	169
Задание 10.	169
Вариант 25.....	171
Задание 1.	171
Задание 2.	171
Задание 3.	171
Задание 4.	172
Задание 5.	173
Задание 6.	174

Задание 7.	174
Задание 8.	175
Задание 9.	175
Задание 10.	176
Вариант 26.....	177
Задание 1.	177
Задание 2.	177
Задание 3.	177
Задание 4.	178
Задание 5.	179
Задание 6.	180
Задание 7.	180
Задание 8.	181
Задание 9.	181
Задание 10.	182
Вариант 27.....	183
Задание 1.	183
Задание 2.	183
Задание 3.	183
Задание 4.	184
Задание 5.	185
Задание 6.	186
Задание 7.	186
Задание 8.	187
Задание 9.	187
Задание 10.	188
Вариант 28.....	189
Задание 1.	189
Задание 2.	189
Задание 3.	189
Задание 4.	190
Задание 5.	191
Задание 6.	192
Задание 7.	192
Задание 8.	193
Задание 9.	193
Задание 10.	194
Вариант 29.....	195
Задание 1.	195

Задание 2.	195
Задание 3.	195
Задание 4.	196
Задание 5.	197
Задание 6.	198
Задание 7.	198
Задание 8.	199
Задание 9.	199
Задание 10.	200
Вариант 30.....	201
Задание 1.	201
Задание 2.	201
Задание 3.	201
Задание 4.	202
Задание 5.	203
Задание 6.	204
Задание 7.	204
Задание 8.	204
Задание 9.	205
Задание 10.	206
Вариант 31.....	207
Задание 1.	207
Задание 2.	207
Задание 3.	207
Задание 4.	208
Задание 5.	209
Задание 6.	210
Задание 7.	210
Задание 8.	211
Задание 9.	211
Задание 10.	212
Вариант 32.....	213
Задание 1.	213
Задание 2.	213
Задание 3.	213
Задание 4.	214
Задание 5.	215
Задание 6.	216
Задание 7.	216

Задание 8.	217
Задание 9.	217
Задание 10.	218
Вариант 33.....	219
Задание 1.	219
Задание 2.	219
Задание 3.	220
Задание 4.	220
Задание 5.	221
Задание 6.	222
Задание 7.	223
Задание 8.	223
Задание 9.	223
Задание 10.	224
Вариант 34.....	226
Задание 1.	226
Задание 2.	226
Задание 3.	226
Задание 4.	227
Задание 5.	228
Задание 6.	229
Задание 7.	229
Задание 8.	229
Задание 9.	230
Задание 10.	231
Вариант 35.....	232
Задание 1.	232
Задание 2.	232
Задание 3.	232
Задание 4.	233
Задание 5.	234
Задание 6.	235
Задание 7.	235
Задание 8.	236
Задание 9.	236
Задание 10.	237
Вариант 36.....	238
Задание 1.	238
Задание 2.	238

Задание 3.	239
Задание 4.	239
Задание 5.	240
Задание 6.	241
Задание 7.	241
Задание 8.	242
Задание 9.	242
Задание 10.	243
Вариант 37.....	244
Задание 1.	244
Задание 2.	244
Задание 3.	244
Задание 4.	245
Задание 5.	246
Задание 6.	247
Задание 7.	247
Задание 8.	247
Задание 9.	248
Задание 10.	249
Вариант 38.....	250
Задание 1.	250
Задание 2.	250
Задание 3.	250
Задание 4.	251
Задание 5.	252
Задание 6.	253
Задание 7.	253
Задание 8.	254
Задание 9.	254
Задание 10.	255
Вариант 39.....	256
Задание 1.	256
Задание 2.	256
Задание 3.	257
Задание 4.	258
Задание 5.	258
Задание 6.	260
Задание 7.	260
Задание 8.	260

Задание 9.	261
Задание 10.	262
Вариант 40.....	263
Задание 1.	263
Задание 2.	263
Задание 3.	264
Задание 4.	264
Задание 5.	265
Задание 6.	266
Задание 7.	266
Задание 8.	267
Задание 9.	267
Задание 10.	268
Вариант 41.....	270
Задание 1.	270
Задание 2.	270
Задание 3.	270
Задание 4.	271
Задание 5.	272
Задание 6.	273
Задание 7.	273
Задание 8.	274
Задание 9.	274
Задание 10.	275
Вариант 42.....	277
Задание 1.	277
Задание 2.	277
Задание 3.	277
Задание 4.	278
Задание 5.	279
Задание 6.	280
Задание 7.	280
Задание 8.	281
Задание 9.	281
Задание 10.	282
Вариант 43.....	283
Задание 1.	283
Задание 2.	283
Задание 3.	283

Задание 4.	284
Задание 5.	285
Задание 6.	286
Задание 7.	286
Задание 8.	287
Задание 9.	287
Задание 10.	288
Вариант 44.....	290
Задание 1.	290
Задание 2.	290
Задание 3.	291
Задание 4.	291
Задание 5.	292
Задание 6.	294
Задание 7.	294
Задание 8.	294
Задание 9.	295
Задание 10.	295
Вариант 45.....	297
Задание 1.	297
Задание 2.	297
Задание 3.	297
Задание 4.	298
Задание 5.	299
Задание 6.	300
Задание 7.	300
Задание 8.	301
Задание 9.	301
Задание 10.	302
Вариант 46.....	303
Задание 1.	303
Задание 3.	303
Задание 4.	304
Задание 5.	305
Задание 6.	306
Задание 7.	307
Задание 8.	307
Задание 9.	308
Задание 10.	308

Вариант 47.....	310
Задание 1.	310
Задание 2.	310
Задание 3.	310
Задание 4.	311
Задание 5.	312
Задание 6.	313
Задание 7.	313
Задание 8.	314
Задание 9.	314
Задание 10.	315
Вариант 48.....	317
Задание 1.	317
Задание 2.	317
Задание 3.	317
Задание 4.	318
Задание 5.	319
Задание 6.	320
Задание 7.	320
Задание 8.	320
Задание 9.	321
Задание 10.	322

ВАРИАНТ 1

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

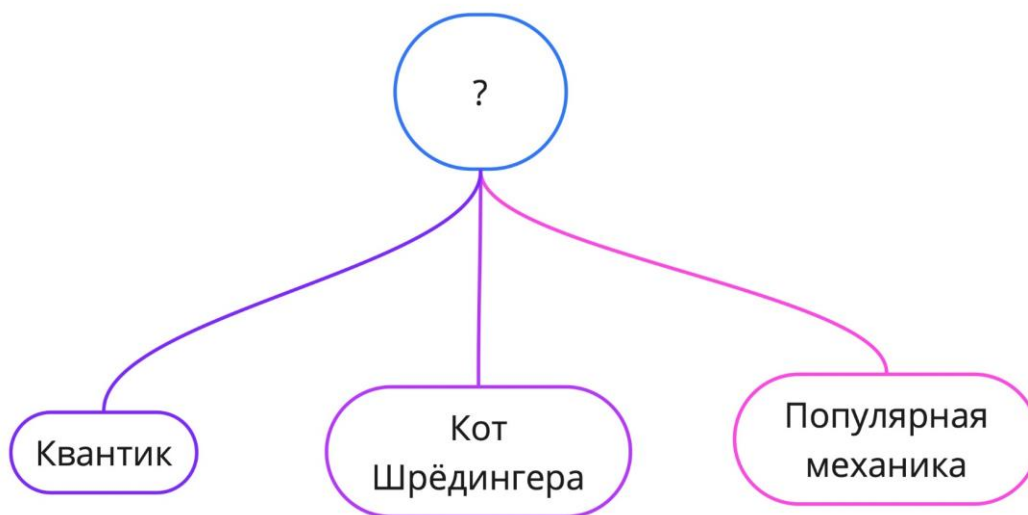
« _____ » — это устройство, которое использовалось для записи звука и видео на магнитную ленту и его воспроизведения до появления цифрового вещания.

1. Микрофон
2. Синтезатор
3. Видеомэгнитофон
4. Радиоприемник
5. Телеграф

Ответ: 3

Задание 2.

Перед вами три названия СМИ. Определите, к какому виду периодической печатной продукции из перечисленных они относятся.



1. Литературно-художественные журналы
2. Общественно-политические газеты
3. Научные газеты
4. Производственно-практические журналы
5. Научно-популярные журналы

Ответ: 5

Задание 3.

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

Социальные сети стали важной платформой для новых медиа, предлагая ряд возможностей для производства 1)_____ и взаимодействия с 2)_____. Современные пользователи создают контент в разных форматах, включая 3)_____, 4)_____ и 5)_____, что позволяет им выразить свои идеи и мнения.

К особенностям социальных сетей относится то, что они обеспечивают быстрый обмен информацией. Однако это может привести к распространению 6)_____, так как не все пользователи социальных сетей проверяют информацию перед публикацией. Именно поэтому очень важно развивать 7)_____ мышление и перепроверять факты.

Возможный ответ:

- 1) Контента
- 2) Аудиторией
- 3) Текст(ы)/видео/фото/фотографии/изображения
- 4) Текст(ы)/видео/фото/фотографии/изображения
- 5) Текст(ы)/видео/фото/фотографии/изображения
- 6) Фейков/неверных данных/недостоверной информации
- 7) Критическое

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете SMM-менеджером в онлайн-кинотеатре. Ваша задача — написать пост с анонсом нового сериала, который скоро выйдет на платформе. Сериал представляет собой новое прочтение романа Михаила Лермонтова «Герой нашего времени». В новом прочтении классики главный герой — молодой IT-специалист, который пытается найти себя и свое место в мире. На протяжении сюжета герой сталкивается с такими проблемами, как увольнение с работы, переезд в другой город, неразделенная любовь и невозможность обрести дружбу.

Пост нужно разместить в телеграм-канале онлайн-кинотеатра, где ежедневно публикуется контент в различных форматах, включая видео, фотографии, аудио и текстовые заметки. Создатели сериала предполагают, что в первую очередь их проект заинтересует миллениалов, так как главный герой сериала их ровесник.

Составьте концепцию поста-анонса. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель поста.
2. Формат(ы) 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: познакомить аудиторию с новым сериалом.
2. Формат: короткий трейлер (15-20 секунд) и текст.
3. Трейлер должен передавать основные яркие моменты сериала и переживания героя; акцент на одинокую фигуру героя в городской среде или в пустом пространстве;

крупные планы эмоций, передающих внутренний конфликт; кадры, где герои произносят интригующие реплики. Качество видео Full HD.

4. Короткое и яркое вступление для привлечения внимания, описание сюжетной линии, затем интригующий вопрос или обращение к читателям, например «Как бы вы поступили, оказавшись на месте героя?». В конце обязательно упоминание платформы и даты выхода. Объем текста — около 50-100 слов; стиль — неформальный, дружелюбный, с легким оттенком меланхолии.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Историко-художественный музей города N организует мультимедийную выставку, посвященную дню рождения Александра Сергеевича Пушкина. Выставка освещает жизненный путь и творчество поэта с помощью интерактивных мультимедийных форматов. Например, посетители выставки смогут соединить на большом экране строфы стихотворений, послушать письма поэта, которые озвучили известные актёры. Также на выставке можно будет посмотреть фильм о Пушкине, созданный с помощью искусственного интеллекта. Все посетители экспозиции смогут пройти онлайн-квест, по результатам которого получить фирменный мерч музея.

Создатели выставки предполагают, что целевая аудитория проекта — молодые люди в возрасте 25–35 лет, которые увлекаются искусством, часто посещают музеи и мультимедийные выставки. Чтобы проверить гипотезы, проводится исследование аудитории выставки, в рамках которого составляется портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

	Интересы/увлечения/хобби	Спорт, бизнес, новые технологии, литература, кино.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Самореализация, саморазвитие, семья.
	Потребности	Хочет чувствовать себя молодым и современным. Есть потребности в получении новых знаний. Хочет чувствовать себя частью культурной интеллигенции.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 могли бы получить от посетителей выставки обратную связь, понять, что им понравилось, а что нет, что можно было бы улучшить. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Активно использует социальные сети, где подписана на страницы о культуре и искусстве. Следит за блогерами и искусствоведами, делящимися анонсами интересных событий. Также читает статьи на тематических порталах. Слушает подкасты о литературе, истории, фильмах.
2. Классические выставки скучные. Эдуарду не интересно получать сухую информацию. Не знает, где найти вдохновение. Мало свободного времени.
3. Анкетирование с открытыми и закрытыми вопросами. Вопросы будут касаться разных аспектов выставки: интерактивности, оформления, полезности мультимедийных форматов, уровня удобства и прочего. Анкетирование можно провести на онлайн-площадках и разместить на выставке QR-коды. Анкетирование позволяет собрать мнения большого количества посетителей в короткий срок и наглядно проанализировать результаты. Благодаря закрытым вопросам можно получить количественные данные (статистику), которые легко обобщать и интерпретировать, а открытые вопросы помогут глубже понять эмоциональные реакции и предпочтения, выявить конкретные предложения для улучшения.

Задание 6.

Репортаж – это жанр журналистики, в котором есть ...

- А. наглядно-образное описание проблемной ситуации или судьбы человека
- Б. истолкование происходящего, подкрепленное аргументами
- В. выявление злоупотреблений сильных мира сего (политики, чиновники, корпорации)
- Г. рассказ участника или очевидца события, позволяющий читателю, зрителю, слушателю увидеть и пережить случившееся.

Ответ: Г

Задание 7.

Сопоставьте качества журналиста с их типом.

Качества	Тип
А. Любопытство	1. Профессиональные 2. Личностные
Б. Настойчивость	
В. Умение анализировать информацию	
Г. Умение работать с разными форматами медиа	
Д. Наблюдательность	

Ответ: А2, Б2, В1, Г1, Д2

Задание 8.

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

«Леонид Антонович Бокерия стал одним из основоположников хирургического лечения аритмий и в 1980-м открыл первое в стране специализированное отделение. Бокерия определил новые подходы в лечении критической сердечной недостаточности и первым в мире провел соответствующие успешные операции на детях.

В молодости Бокерия всерьёз подумывал о том, чтобы стать футбольным тренером. Спорт остался лишь увлечением, но, по словам самого доктора, тренерские принципы он воплощает при формировании профессиональной команды хирургов Бакулевского центра, который возглавляет почти 20 лет. Сам Бокерия, несмотря на возраст, остаётся практикующим кардиохирургом – делает по четыре-пять операций в день. Держать себя в тонусе ему помогают режим, правильное питание и здоровый образ жизни.»

Возможный ответ: Портретный очерк/Портрет. Текст представляет собой рассказ о деятельности человека, его жизни и значимых увлечениях.

Задание 9.

Вы работаете в редакции газеты «Всё об автомобилях», и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль «Автострада». На фестивале организованы: выставка редких автомобилей, дрифт-такси, автограф-сессии со знаменитыми гонщиками и блогерами, панельные дискуссии с экспертами мира автомобилей и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у посетителей и приглашенных экспертов в области автомобильного спорта, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Сесть за руль редкого автомобиля, прокатиться на дрифт-такси, поучаствовать в дискуссии, задать свой вопрос экспертам мира авто. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции газеты «Всё об автомобилях», и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль «Автострада». На фестивале организованы: выставка редких автомобилей, дрифт-такси, автограф-сессии со знаменитыми гонщиками и блогерами, панельные дискуссии с экспертами мира автомобилей и т.п. 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 «Всё об автомобилях» - мужчина 30-60 лет, ведущий активный образ жизни, имеющий личный транспорт и увлекающийся автомобильным спортом. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация по автомобильной тематике, простота изложения информации, экономия времени, возможность обсудить новость с друзьями и единомышленниками в комментариях и личных сообщениях. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей и визуального контента.

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 2

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

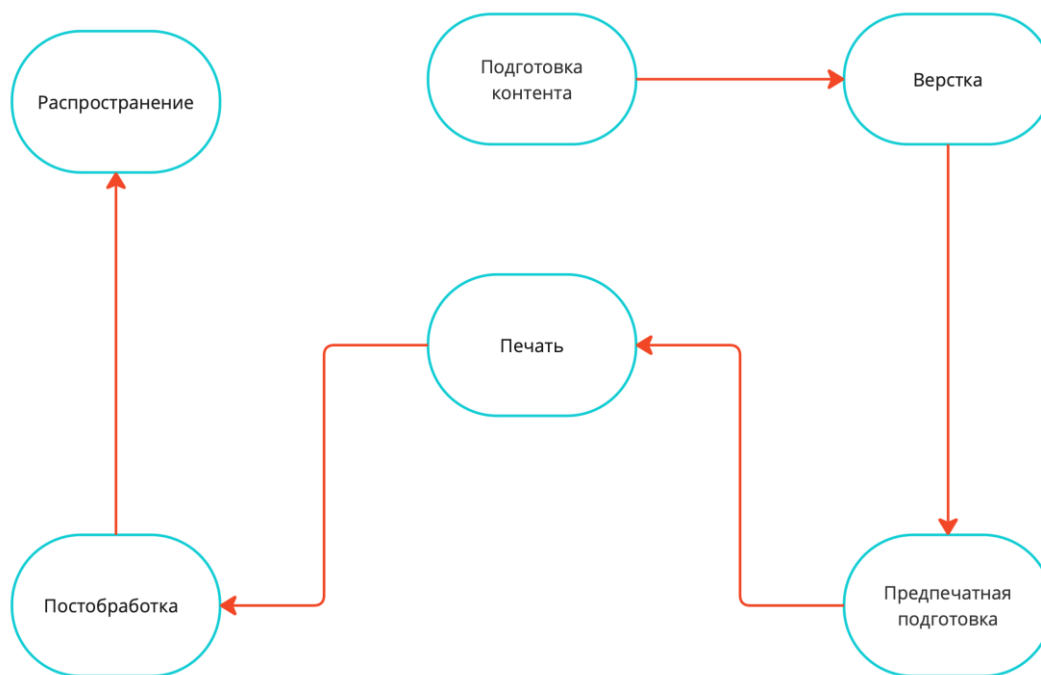
« _____ » — социальный процесс, посредством которого информация передается между индивидами в любой форме.

1. Коммуникация
2. Дистрибуция
3. Реклама
4. Исследование
5. Создание образа

Ответ: 1

Задание 2.

Укажите, какой технологический процесс зашифрован на схеме:



1. Производство видеопродукции
2. Производство журналов
3. Производство подкастов
4. Создание лендинга
5. Продвижение контента

Ответ: 2

Задание 3.

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

При создании проектов в сфере медиа, таких как телевизионные шоу или радиoprogramмы, часто в самом начале записывается 1) _____. Это пробная версия, в которой авторы

тестируют концепцию и формат будущего продукта, после чего принимают решение о продолжении съемок или прекращении проекта. Такой подход позволяет снизить риски выпустить на рынок неуспешный проект и избежать ненужных затрат на 2) _____ полного цикла продукта.

Для оценки успешности проекта медиаспециалисты используют различные 3) _____. Например, телевизионный 4) _____ позволяет оценить долю аудитории, которая смотрела программу в анализируемый период времени. Для цифровых продуктов актуальны такие показатели, как количество 5) _____ сайта — людей, которые один раз зашли на сайт или посмотрели контент за определенный период времени, и глубина просмотра контента — сколько 6) _____ пользователи посмотрели на вашем сайте за посещение. Эти данные важны не только для создателей контента, но также для 7) _____, которые рассматривают ресурс для размещения рекламы.

Возможный ответ:

- 1) Пилотный выпуск
- 2) Производство
- 3) Метрики/показатели
- 4) Рейтинг
- 5) Уникальных посетителей
- 6) Страниц/вкладок
- 7) Рекламодателей

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Ваша команда работает над продвижением нового альбома «Извержение вулкана» музыкальной группы «Камчатка», которая стала популярна на полуострове благодаря своим композициям в стиле ретро. Оценив успех, создатели группы решили стать узнаваемыми по всей России, а не только в своем регионе. Ваша задача — разработать концепцию рекламного поста, который будет размещен на платформе «ВКонтакте».

Вы хотите продвигать музыкальную группу через блогеров, поэтому обратились к Эдуарду Полярнику — известному в стране блогеру, который в нестандартном формате рассказывает про музыку различных народов России. В своей группе автор делится интересными музыкальными находками, исследует исторические корни музыки и особенности национальных музыкантов. Количество подписчиков составляет уже 100 тысяч человек. Статистика показывает высокий уровень вовлеченности аудитории, которая активно интересуется вопросами эволюции музыкальных жанров и следит за появлением новых оригинальных произведений.

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 рекламного поста: увеличить популярность музыкальной группы за пределами Камчатского края и, как следствие, повысить узнаваемость группы по всей России.
2. Формат: видеоролик с разбором наиболее нестандартных моментов из композиций музыкальной группы «Камчатка».
3. Длительность видеоролика: 1,5-2 минуты. Цветовая гамма: природа Камчатки, серые тона. Должна быть ассоциация с вулканами, вулканическим песком, дикой природой. Кадры должны сменяться, выступление группы чередуется с пейзажами и комментариями блогера. Видео должно быть высокого качества — не менее 1080p.
4. В описании к видео должны быть ссылки на новый альбом группы и на их страницу в социальной сети «ВКонтакте». Должен быть небольшой комментарий к видео. Максимально 20-30 слов. Видеоролик и описание к нему должны быть сделаны в единой стилистике с другими постами автора, чтобы не выбиваться из общей концепции группы. Обязательно должен содержаться призыв самостоятельно послушать альбом и поделиться потом впечатлениями в комментариях.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Команда проекта «Московское долголетие» решила создать новый продукт — фитнес-приложение для людей старшего возраста. Разработчики ориентировались на то, что пожилые люди не всегда имеют возможность посещать спортзал и площадки для спорта из-за погодных условий или стеснения. Новый фитнес-продукт должен решить эту проблему — будет достаточно открыть приложение на телефоне или компьютере, выбрать уровень сложности, отметить наличие проблем со здоровьем и включить видео тренировку.

Кроме того, в планах выпустить модный фитнес-браслет, который будет интегрирован с приложением. Его можно будет получить при активном участии в программе «Московское долголетие», что станет дополнительным стимулом для целевой аудитории этой программы.

Перед запуском приложения команде нужно провести исследование целевой аудитории, чтобы убедиться, что продукт действительно будет востребован и будет отвечать потребностям пользователей. Для более точного понимания своей аудитории команда разработчиков также составила портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта, который вам нужно дополнить.

 Марья Ивановна 65 лет пенсионерка	Интересы/увлечения/хобби	В прошлом месяце уволилась из детской поликлиники, в которой проработала 35 лет. Не привыкла сидеть дома, но пока не нашла себе занятие для души. Неплохо пользуется компьютером и смартфоном, может сама найти информацию в интернете и оплатить счета за квартиру.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Ценит общение с близкими, особенно с детьми и внуками. Очень ценит общение и возможность помогать другим. Так она чувствует себя нужной. Ей важно поддерживать здоровье и как можно дольше оставаться активной.
	Потребности	Хочет оставаться активной и избегать однообразных будней дома. Ей нужен новый круг общения, но пока она не знает, как и где можно познакомиться с новыми людьми. Ей важно найти себе занятие, но при этом спорт с большой физической нагрузкой ей не подойдет из-за проблем со здоровьем.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 могли бы протестировать продукт на этапе разработки, чтобы понять, какие функции нужны в приложении и нужно ли его в целом разрабатывать. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Каждый вечер смотрит новости на «Первом канале» и «Россия 1». В течение дня включает сериалы, но зачастую смотрит их в фоновом режиме во время приготовления еды или уборки дома. Читает бесплатную окружную газету, которую получает через почтовый ящик раз в неделю. Ей интересно, что происходит в районе, где и какие магазины открылись.

2. Из-за возраста периодически возникают проблемы со здоровьем, из-за чего ей тяжело долго ходить. Она бы с удовольствием пользовалась приложением дома в периоды плохой погоды или плохого самочувствия. Стыдится лишнего веса и своего возраста, неохотно признает, что находится на пенсии. Ощущает одиночество, так как часто проводит время дома после увольнения и выхода на пенсию.

3. На этапе разработки приложения можно провести фокус-группу. Этот метод предполагает формат дискуссии, для которой приглашаются 6–10 представителей целевой аудитории. Фокус-группу обычно ведет модератор, который задает вопросы, контролирует дискуссию и следит за тем, чтобы все участники имели возможность высказаться. Этот метод исследования часто используется для тестирования концепций продукта, цветовых решений и прототипов. В ходе исследования можно выявить проблемы, связанные с отношением к здоровью и групповым тренировкам, а также собрать обратную связь по

интерфейсу и дизайну приложения. Дополнительно можно протестировать потенциальный интерес к фитнес-браслету.

Задание 6.

Зарисовка – это жанр журналистики, в котором есть ...

- А. обобщение фактов и описание обстановки
- Б. подача информации в форме вопросов журналиста и ответов собеседника на них
- В. сжатый рассказ о событии, в котором факты расположены по убыванию важности, с нарушением хронологии.
- Г. описание несообразностей в поведении людей и возникающих из-за этого абсурдных ситуаций.

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте качества журналиста с их типом.

Качества	Тип
А. Умение проявлять профессиональную этику	1. Профессиональные 2. Личностные
Б. Умение работать с разными форматами медиа	
В. Коммуникабельность	
Г. Умение выделять главное в большом объеме информации	
Д. Обучаемость	

Ответ: А1, Б1, В2, Г1, Д2

Задание 8.

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

«Иван Константинович Айвазовский родился 17 (29 по старому стилю) июля 1817 года на берегу Чёрного моря, в Крыму, в городе Феодосии, в купеческой армянской семье, к тому времени обедневшей. Склонность к искусству, проявлявшаяся в раннем возрасте, несмотря на отсутствие бумаги и карандашей, сделала первые попытки мальчика запечатлеть явления окружающего мира публичными: он рисовал самоварным углём на выбеленных стенах своего дома. Первым обратил внимание на рисунки городской архитектор Кох. В дальнейшем в судьбе юного дарования принял участие градоначальник Феодосии Александр Казначеев, который направил его в 1830 году в Симферопольскую гимназию, а затем способствовал поступлению И.К. Айвазовского в Петербургскую Академию художеств, куда он был зачислен по представленным рисункам.»

Возможный ответ: Портретный очерк/Портрет. Текст представляет собой рассказ о деятельности человека, его жизни и значимых увлечениях.

Задание 9.

Вы работаете в редакции газеты «Сад и огород», и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль «Богатый урожай». На фестивале организованы: выступления экспертов в области агрономии, выставка рекордных урожаев, презентация новинок производителей семян и саженцев, дегустация урожая уникальных сортов, мастер-классы по посадке различных культур, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у посетителей и приглашенных экспертов, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Прогустировать новые сорта различных культур, поучаствовать в мастер-классе по посадке растений, встать за прилавком и проконсультировать посетителей, пообщаться с агрономами и разузнать их «секреты». Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции газеты «Сад и огород», и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль «Богатый урожай». На фестивале организованы: выступления экспертов в области агрономии, выставка рекордных урожаев, презентация новинок производителей семян и саженцев, дегустация урожая уникальных сортов, мастер-классы по посадке различных культур, фотозоны и т.п. 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 «Сад и огород» - женщина 50-60 лет, имеющая собственную дачу, ведущая активный образ жизни, интересующаяся агрономией или профессионально занимающаяся растениеводством. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация по теме садоводства или огородничества, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников в комментариях, поделиться своим опытом или спросить совета у других подписчиков. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей и визуального контента (фото, видео и др.).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 3

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

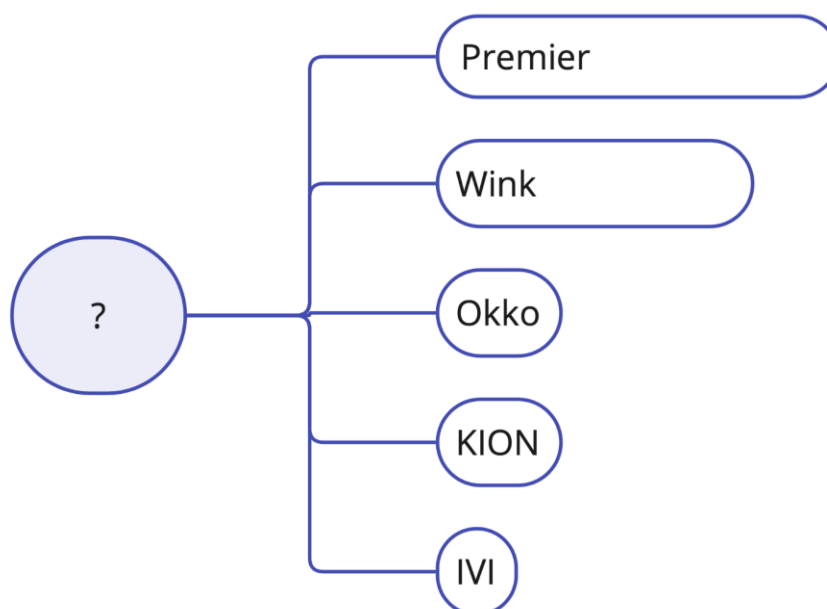
Одно из изменений, произошедшее с аналоговой фотографией в XXI веке, заключается в том, что она «_____».

1. Стала самой дешевой формой производства фотографии, благодаря чему массово используется во всем мире.
2. Полностью исчезла из-за невозможности приобрести пленочный фотоаппарат.
3. Набирает популярность среди молодых людей, которые увлекаются ретро-фотографией.
4. Не пользуется спросом, потому что ее невозможно напечатать на фотобумаге.
5. Используется только в производстве гляцевых журналов.

Ответ: 3

Задание 2.

Каким термином можно объединить все платформы, перечисленные на схеме?



1. Телепрограммы
2. Радио
3. Онлайн-кинотеатр
4. Производители подкастов
5. Социальные медиа

Ответ: 3

Задание 3.

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

В медиасфере существует множество профессий. С развитием информационных технологий появилось новое направление в профессии — 1)_____ журналистика. Специалисты этой области работают с большими массивами информации, анализируют ее и используют для создания журналистских материалов.

Несмотря на появление новых специальностей, редакции не обходятся без представителей классических профессий, таких как корреспонденты, корректоры, фотографы и 2)_____, которые отвечают за подбор фотографий и иллюстраций. В каждом СМИ есть PR-отделы, где работают 3)_____ — специалисты, создающие и продвигающие контент в социальных сетях. В их задачи также входит планирование публикаций, график которых они заносят в 4)_____.

Зачастую даже внутри одной профессии люди могут выполнять различные функции. Среди 5)_____ можно выделить генеральных, креативных, исполнительных, линейных и других. Рынок профессий очень изменился после появления новых форматов. Поэтому традиционные средства массовой информации, такие как 6)_____, 7)_____, печатные издания, вынуждены трансформироваться и конкурировать с новыми медиа.

Возможный ответ:

- 1) Дата/биг дата
- 2) Бильд-редакторы
- 3) SMM-менеджеры/SMM-специалисты
- 4) Контент-плане
- 5) Продюсеров
- 6) Телевидение/радио
- 7) Телевидение/радио

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете над продвижением экологического проекта «Нет пластику и точка». Цель проекта — повысить осведомленность людей о проблемах загрязнения окружающей среды и вреде микропластика. Ваша команда решает провести информационную кампанию в социальных сетях, направленную на привлечение внимания студенческой молодежи к данной проблеме через флешмоб.

Для увеличения охвата аудитории вы решили сотрудничать с экоблогером, который развивает группу в социальной сети «ВКонтакте», где рассказывает о проблемах экологии через формат коротких видео и небольших, но информативных текстовых материалов. Количество подписчиков составляет 125 тысяч человек, из которых около 15% экоактивисты, а 30% проявляют интерес к вопросам загрязнения окружающей среды и готовы делиться полезными материалами со своими близкими и друзьями в социальных сетях. Вы полагаете, что аудитория блогера заинтересуется проектом, и хотите разместить у него рекламный пост.

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: повысить осведомленность людей о проблемах загрязнения окружающей среды и вреде микропластика.
2. Формат: серия коротких видео, в которых блогер объявит о своем участии во флешмобе, а потом будет делиться историями, с какими проблемами сталкивается мир и почему микропластик опасен для здоровья живых существ.
3. Должны быть кадры с последствиями загрязнения пластиком — загрязненные пляжи, животные, пострадавшие от этого. Быстрая смена кадров для удержания внимания молодежной аудитории. Инфографика с ужасающими цифрами. В финале блогер говорит кодовую фразу флешмоба «Спасем планету от пластика». Цветовая гамма — в видео должны быть цвета проекта «Нет пластику и точка». Высокое разрешение — не менее 1080p, вертикальный формат. Обязательно добавить субтитры, чтобы можно было просматривать видео без звука.
4. В описании к видео добавить хэштег #спасемпланетуотпластика, ссылки на группу проекта в социальной сети «ВКонтакте» и на официальный сайт проекта. Приглашение отметить страницу экоблогера и официальную группу проекта при участии во флешмобе. Краткий призыв принять участие во флешмобе и сделать публикации на своей странице, где поделитесь своими наблюдениями по опасности микропластика. В самом видео важно избегать сложных научных терминов, говорить с аудиторией на понятном языке. Можно использовать обращение «ты», чтобы установить доверительный контакт с молодежью.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Команда игропрактиков решила создать компьютерную игру для школьников старших классов. Цель игры — помочь учащимся понять свои интересы и предрасположенность к разным профессиям, получить советы по выбору дальнейшей траектории обучения. В основу игры легли интерактивные задания, прохождение квеста, психологические и профориентационные тесты. Есть советы от экспертов по выбору профессии и вуза. Помимо этого в игру заложена база данных учебных заведений России, что позволяет сразу увидеть доступные места и направления обучения в зависимости от локации. Игра действительно стала успешной и пользуется спросом среди старшеклассников, поэтому ваша команда решила продолжить работу и создать сообщество игроков, а также добавить возможность игровых соревнований.

Однако есть сомнения в том, будет ли эта функция пользоваться спросом у ваших игроков. Команда понимает, что важно проверить гипотезы о востребованности данной функции у школьников. Для этого они проводят исследование аудитории и составляют портрет пользователя. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Егор 15 лет Забайкальский край ученик 10-го класса	Интересы/увлечения/хобби	Интересуется компьютерными играми. Прошлым летом научился создавать одностраничные сайты и теперь помогает друзьям и родственникам создавать сайты под их цели. Проводит много времени в интернете. Еще не определился, кем хочет быть.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Ему нравится, когда его работу высоко оценивают, поэтому готов помогать всем создавать сайты. Ему нравится, что его поддерживают родители и доверяют ему, не контролируя каждый шаг. Ценит дружбу с одноклассниками.
	Потребности	Хочет определиться с профессией и понять, какие специальности будут востребованы в будущем. Ему важно не просто учиться, а развиваться и получать удовольствие от процесса. В будущем хочет построить успешную карьеру.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 на этапе разработки дополнительных функций изучили бы реакцию аудитории на вашу идею, могли бы понять, нужно ли вкладывать деньги в дополнительное развитие. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Смотрит образовательный контент на RuTube, особенно лекции по подготовке к ЕГЭ. Также увлекается сериалами. Часто пользуется «Телеграмом», где подписан на страницы друзей и несколько каналов по подготовке к ЕГЭ и поступлению в вузы. Ему особенно нравятся советы о том, как справиться с волнением и не ошибиться при выборе направления обучения. По вечерам листает ленту друзей в социальной сети «ВКонтакте», где просматривает смешные картинки и делится ими с друзьями.

2. Не уверен в своем будущем. Ему сложно понять, как все вокруг уже определились с вузом и будущей профессией. Родственники и родители постоянно спрашивают, куда он собирается поступать, что вызывает у него раздражение и желание избежать общения. Ему трудно представить, как проходит обучение в вузе, это его пугает. Интернет переполнен противоречивой информацией, и он не понимает, чему можно доверять и какие советы реально могут помочь. Это усиливает его растерянность. Он погружается в компьютерные игры, чтобы отвлечься.

3. Можно провести анкетирование среди текущей аудитории игры. Необходимо разработать вопросы, предпочтительно закрытого типа, с несколькими вариантами ответов, что повысит вероятность завершения опроса. Анкету можно разместить в виде всплывающего окна внутри игры и на основной странице, чтобы ее заметило и прошло как можно большее количество игроков. Анкетирование хорошо подходит для исследования на

этапе принятия решений, так как позволяет понять востребованность новой функции и скорректировать работу проекта без лишних финансовых затрат.

Задание 6.

Авторская колонка – это жанр журналистики, в котором есть ...

- А. рассказ участника или очевидца события, позволяющий читателю, зрителю, слушателю увидеть и пережить случившееся
- Б. описание судьбы человека через рассказ о важнейших моментах его биографии
- В. высказывание на злободневную тему, с определённой регулярностью публикуемое в одном издании и, как правило, размещаемое на постоянном месте в газетной (журнальной) полосе или на сайте
- Г. анализ происходящего в какой-то сфере с выявлением причин и построением прогнозов

Ответ: В

Задание 7.

Сопоставьте качества журналиста с их типом.

Качества	Тип
А. Умение анализировать	1. Профессиональные
Б. Умение обращаться с профессиональным оборудованием	2. Личностные
В. Целеустремленность	
Г. Внимание к фактам	
Д. Наблюдательность	

Ответ: А1, Б1, В2, Г1, Д2

Задание 8.

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

«Гениальный русский химик был семнадцатым ребенком в семье директора Тобольской гимназии Ивана Павловича Менделеева. Родители Дмитрия Ивановича, рано заметившие выдающиеся способности своего сына, вопреки стесненному материальному положению, сделали все возможное для их развития. После окончания Тобольской гимназии Менделеев поступил в Главный педагогический институт в Петербурге, где нашел выдающихся и заинтересованных учителей и уже в 23 года стал доцентом университета. Весной 1890 года Менделеев покинул университет в знак протеста против позиции правительства по отношению к студенческим волнениям. Впоследствии его интересы и деятельность были связаны, в основном, с решением практических задач. Менделеев многие годы посвятил

экономическому развитию страны, а также занимался проблемами в сфере охраны природы.»

Возможный ответ: Портретный очерк/Портрет. Текст представляет собой рассказ о деятельности человека, его жизни и значимых увлечениях.

Задание 9.

Вы работаете в редакции газеты «Современная музыка», и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль «Music будущее». На фестивале организованы: выступления современных музыкальных артистов и групп, автограф-сессии с музыкантами, розыгрыш мерча, конкурс талантов для начинающих музыкантов-любителей и т.п.. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у посетителей и приглашенных музыкантов, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Пройти за кулисы и пообщаться с командой организаторов, взять интервью у хедлайнера фестиваля, попробовать свои силы в конкурсе талантов и выступить на сцене. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции газеты «Современная музыка», и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль «Music будущее». На фестивале организованы: выступления современных музыкальных артистов и групп, автограф-сессии с музыкантами, розыгрыш мерча, конкурс талантов для начинающих музыкантов-любителей и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети Дзен 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 в Дзене. 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 «Современная музыка» - мужчина или женщина 25-40 лет, ведущий активный образ жизни, интересующийся миром музыки, постоянно посещающий различные концерты и фестивали. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о современной музыке, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников, прочитать лонгриды с рецензиями на новую музыку и творчество любимых артистов, а также узнать о грядущих мероприятиях в мире музыки и их программу. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей и визуального контента (фото, видео и др.).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 4

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

« _____ » — фрагмент, в котором журналист появляется в кадре, чтобы создать ощущение диалога и усилить эффект присутствия в центре событий.

1. Лайф
2. Стендап
3. Прямой эфир
4. Репортаж
5. Синхрон

Ответ: 2

Задание 2.

Какой технологический процесс зашифрован на схеме?



1. Публикация подкаста
2. Производство радиопередачи
3. Монтаж радиопередачи
4. Производство репортажа
5. Планирование медиапроекта

Ответ: 2

Задание 3.

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

При разработке коммуникационных стратегий важно учитывать 1)_____ аудиторию проекта и платформы, которые используют ваши пользователи. Для старшего поколения можно использовать 2)_____ СМИ, такие как газеты, радио или 3)_____. При этом доступ к молодежной аудитории разумнее получить через каналы новых медиа.

Информацию об аудитории можно найти в специальных документах — медиакитах, которые медиа размещают на своих страницах в разделах «Для рекламодателей». Там можно найти 4)_____ данные об аудитории проекта (например, пол, возраст, место проживания), стоимость размещения рекламы и другую необходимую информацию для того, чтобы принять решение, подходит ли эта площадка для рекламы. В конце медиакита обычно указываются 5)_____ для связи.

Эффективным каналом для размещения рекламы также являются социальные сети. Специальные инструменты позволяют 6)_____ рекламу на различные 7)_____ аудитории, то есть показывать рекламу только той группе людей, которая была определена по заранее настроенным параметрам.

Возможный ответ:

- 1) Целевую
- 2) Традиционные
- 3) Телевидение
- 4) Социально-демографические
- 5) Контакты
- 6) Таргетировать
- 7) Сегменты/группы

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Ваша команда работает над продвижением кафе здоровых напитков «Без сахара». Фишка кафе — приготовление свежих соков, смузи и других вкусных напитков без добавления сахара и искусственных ингредиентов. Ваша цель — увеличить количество клиентов новой точки, которая открылась неделю назад в торговом центре возле метро «Китай-город». Целевая аудитория — люди, поддерживающие здоровый образ жизни. Одним из каналов продвижения вы выбрали социальные медиа и заключили контракт на размещение рекламы кафе у фитнес-блогера Алеши, на которого подписано 100 тысяч человек. Основная площадка — «Телеграм». Статистика показывает высокий уровень вовлеченности его аудитории, которая интересуется вопросами ЗОЖ. Особенно популярна его рубрика «10 минут и ты здоров» — о том, как приготовить любое полезное блюдо и потратить на это не более 10 минут.

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: повысить осведомленность потенциальных клиентов о новом кафе «Без сахара» и увеличить количество посетителей новой точки в торговом центре у метро «Китай-город».
2. Формат: видеопост в телеграм-канале блогера Алеши, где он совместно с работниками кафе готовит один из фирменных натуральных коктейлей.
3. Блогер показывает процесс приготовления напитка с использованием свежих фруктов. Видео обязательно должно включать кадры с интерьером кафе. Цветовая гамма состоит из натуральных и ярких цветов (зеленый, желтый), которые ассоциируются с природными ингредиентами. Интерьер кафе должен быть минималистичным, чтобы подчеркнуть, что в напитки не добавляются лишние компоненты, такие как сахар, усилители вкуса и другие химические добавки. Минимализм поддерживает идею натуральности и пользы.
4. Видео выходит в рамках рубрики Алеши «10 минут и ты здоров». Для тех, кто предпочитает смотреть без звука, необходимо добавить субтитры. Во время процесса приготовления в видео идет закадровый текст, который описывает действия блогера. В тексте поста должны быть ссылки на аккаунты кафе «Без сахара» в социальных сетях, а также информация о промокоде или возможности получить бонусную карту для новых клиентов. Стиль текста: легкий, дружелюбный, позитивный, в неформальном тоне. Пост не должен выделяться по стилю от других постов, опубликованных в блоге. Длительность видео не должна превышать 60 секунд, чтобы удержать внимание аудитории.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете в детской библиотеке и отвечаете за ведение социальных сетей. Ваша цель — рассказать жителям района, что библиотека — это не только место для чтения, но и пространство для развития, общения и участия в различных дополнительных занятиях и мероприятиях. На ближайшие полгода цель вашей команды — привлечь в библиотеку ребят 14–17 лет. Вы планируете пригласить гостей для проведения лекций и мастер-классов, а также организовать молодежный фестиваль. Все эти мероприятия должны привлечь молодежь в вашу библиотеку и повысить осведомленность населения о вашей деятельности. Прежде чем начать работу, вы собираетесь провести исследование, чтобы понять, что интересно современным подросткам, какие мероприятия и дополнительные активности будут актуальны. Для более точного понимания своей аудитории вы составили портрет ее типичного представителя, который нужно дополнить.

 Елена 15 лет Москва ученица 10-го класса	Интересы/увлечения/хобби	Следит за новинками в сфере моды. Круглосуточно зависает в социальных сетях. Хорошо учится. Пока не представляет, куда будет поступать. В свободное время любит фотографировать. Ей всегда интересно ходить на интерактивные выставки и лекции, связанные с искусством.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Потребности	Хочет, чтобы взрослые понимали ее, но при этом не хочет, чтобы задавали вопросы о ее жизни. Она нуждается в общении с подростками, но не представляет, где кроме школы может познакомиться. Хочет понимать, как сделать правильный выбор будущей профессии.
	Что беспокоит	Сложности с самовыражением. Понимает, что хочет развиваться в творческой профессии, но абсолютно не знает, какие есть интересные для нее профессии, с чего начать. Сомневается, что ее увлечение фотографией может стать делом всей жизни и обеспечить успешность в будущем. Чувствует себя некомфортно в больших компаниях, стесняется знакомиться с незнакомыми людьми.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 ценности представителя целевой аудитории, то есть что для него особенно важно в жизни. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения).

В пункте 3 предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы на этапе разработки концепции мероприятий изучили бы интересы аудитории, могли бы понять, какие темы будут востребованы и в целом нужно ли вам проводить мероприятия. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Елена смотрит видео на RuTube, в основном сериалы и молодежные ток-шоу. В «Телеграме» подписана на группы по сдаче экзаменов, а также на личные каналы своих одноклассников, где они размещают фотографии из своей жизни. Также в «Телеграме» следит за создателями онлайн-курсов по фотографии и по моде.

2. Самовыражение — нравится создавать образы из одежды, комбинируя разные стили. Самообразование — смотрит различные онлайн-курсы. Круг друзей и социальная активность — любит общаться, любит, когда спрашивают ее мнение и к ней прислушиваются. Также ценит творческих людей и возможности чему-то научиться, хотя не всегда понимает, что ей действительно интересно и пригодится в будущем.

3. В качестве метода исследования можно выбрать фокус-группы. Этот метод позволит собрать небольшую группу из 5–8 подростков для группового интервью, где они смогут делиться мнениями по заданным вопросам. В ходе обсуждения можно выяснить их готовность принять участие в фестивале, какие мероприятия интересны, что важно в библиотечном пространстве. Метод поможет выявить скрытые потребности целевой

аудитории и уточнить направления для дальнейшего развития мероприятий для возраста 14–17 лет.

Задание 6.

Портрет – это жанр журналистики, в котором есть ...

- А. описание несообразностей в поведении людей и возникающих из-за этого абсурдных ситуаций
- Б. описание судьбы человека через рассказ о важнейших моментах его биографии
- В. подача информации в форме вопросов журналиста и ответов собеседника на них
- Г. анализ происходящего в какой-то сфере с выявлением причин и построением прогнозов.

Ответ: Б

Задание 7.

Сопоставьте качества журналиста с их типом.

Качества	Тип
А. Умение общаться с любой аудиторией, представителями разных социальных групп и слоев Б. Оперативность В. Литературные способности Г. Смелость Д. Знание законов и умение ими пользоваться	1. Профессиональные 2. Личностные

Ответ: А1, Б2, В2, Г2, Д1

Задание 8.

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

«Иван Максимович Поддубный родился в 1871 году в семье потомственного запорожского казака.

С 1897 года Поддубный выступал на аренах цирков как атлет-гиревик и борец, неоднократно ездил на гастроли за рубеж, посетив около 50 городов в 14 странах, попутно заслужив титул чемпиона Америки. Публика не сразу поверила в борцовский гений Поддубного. Говорили, что он берёт не борьбой, а природной силой, чему Иван Максимович всячески подыгрывал. И весьма удачно: за 40 лет выступлений не проиграл ни одного турнира.

Любопытно, что в беспокойное время сила Ивана нашла применение только в спорте. Поддубный вёл исключительно мирный образ жизни: не притрагивался к оружию и, как говорят, даже не употреблял в пищу мясо. В годы Отечественной войны Поддубный

проживал на оккупированной немцами территории в городе Ейске, продолжая демонстративно носить свой орден Трудового Красного Знамени. Немцы разрешили ему открыть бильярдный зал при военном госпитале и предложили поехать в Германию готовить немецких спортсменов, но чемпион отказался.»

Возможный ответ: Портретный очерк/Портрет. Текст представляет собой рассказ о деятельности человека, его жизни и значимых увлечениях.

Задание 9.

Вы работаете в редакции газеты «Книжный червь», и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль «Книги – от А до Я». На фестивале организованы: продажа книжных новинок и редких изданий, встречи с авторами бестселлеров, викторины с ценными призами, мастер-классы по изготовлению книжных переплётов и закладок для книг, конкурс чтецов, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у посетителей и приглашенных авторов, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Поучаствовать в мастер-классе, попробовать свои силы в выразительном чтении стихотворений, побороться за приз приняв участие в викторине, разузнать в интервью секреты у авторов бестселлеров и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции газеты «Книжный червь», и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль «Книги – от А до Я». На фестивале организованы: продажа книжных новинок и редких изданий, встречи с авторами бестселлеров, викторины с ценными призами, мастер-классы по изготовлению книжных переплётов и закладок для книг, конкурс чтецов, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля. 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 «Книжный червь» - мужчина или женщина 40-60 лет, ведущий размеренный образ жизни, интересующийся книжными новинками и коллекционирующий особенные издания любимых произведений. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация о книгах, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников, прочитать лонгриды с рецензиями на книжные новинки и на свои любимые произведения. Возможность поделиться новостями с друзьями и пообщаться с другими подписчиками в комментариях. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира книг и другого контента (подкасты, интервью с авторами и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 5

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

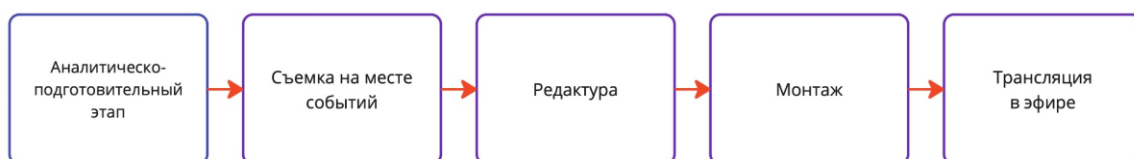
« _____ » — советские фильмы, которые получили премию Оскар

1. «Война и мир», «Москва слезам не верит»
2. «Броненосец Потемкин», «Война и мир»
3. «Вызов», «Служебный роман»
4. «Москва слезам не верит», «Семнадцать мгновений весны»
5. «Броненосец Потемкин», «Вызов»

Ответ: 1

Задание 2.

Какой технологический процесс зашифрован на схеме?



1. Производство фотопродукции
2. Производство радиопередачи
3. Производство графической продукции
4. Производство репортажа
5. Ведение прямого эфира

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.

Любая 1) _____ кампания в медиа требует четкого планирования. Для этого маркетологи проводят анализ 2) _____, чтобы понять, какие каналы лучше использовать для размещения рекламы. Например, если кампания направлена на молодую аудиторию, SMM-специалисты могут предложить продвижение в 3) _____, например «ВКонтакте». Важно учитывать, что каждая платформа имеет свои особенности и требует создания уникального 4) _____. После проведения рекламной кампании специалисты оценивают эффективность, используя различные 5) _____, такие как CTR, конверсии и охваты, а также измеряют узнаваемость 6) _____. Не стоит также игнорировать такой инструмент получения обратной связи, как 7) _____. Для их создания можно использовать Yandex Forms.

Возможный ответ:

- 1) Рекламная/маркетинговая
- 2) Целевой аудитории/аудитории/рынка
- 3) Социальных сетях
- 4) Контента
- 5) Метрики/показатели
- 6) Бренда/продукта
- 7) Опросы/анкетирование

Задание 4.**Прочитайте текст и выполните задание.**

Вы отвечаете за продвижение нового проекта для любителей приключений и активного отдыха — полеты на воздушном шаре «Ближе к звездам». Вы предлагаете туристам насладиться уникальными видами, провести время с близкими и получить незабываемые впечатления и фотографии по итогам часового путешествия на закате или рассвете. Ваша задача — за это лето вдвое увеличить количество людей, которые купят полет на воздушном шаре, и увеличить количество публикаций с хэштегом #ближекзвездам. Вы заключаете контракт на размещение публикации в социальных сетях турагентства «Мама, я в Москве», которое предлагает оригинальные туры по Москве и Московской области. На страницу агентства в социальной сети «ВКонтакте» подписано более 500 тысяч человек. Аудитория состоит из людей, которые любят необычные форматы путешествий с посещением малопопулярных туристических мест. Также около 30% аудитории — жители Москвы и Подмосковья.

Составьте концепцию рекламного поста в группе турагентства. 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:

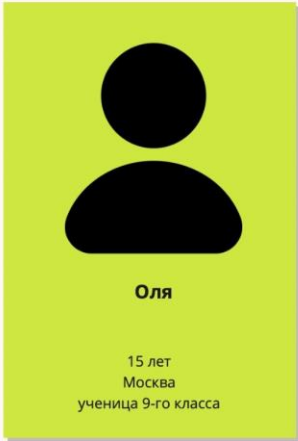
1. Цель: привлечь внимание аудитории к полетам на воздушном шаре и удвоить количество продаж тура. Также одной из задач рекламной кампании является увеличение количества публикаций с хэштегом #ближекзвездам.
2. Формат: серия видеороликов 20-30 секунд, в которых будут показаны великолепные виды с воздушного шара, а также будет призыв подарить тур близким/купить себе/отпраздновать так день рождения мечты и т.д.
3. В видео должны быть показаны полеты на воздушном шаре, кадры невероятных пейзажей. Преобладание теплых оттенков заката или мягких тонов рассвета. Должно создаваться ощущение тепла, спокойствия, близости к природе. Видео должны быть высокого качества — минимум 1080p, с плавными переходами, но при этом удерживать внимание зрителя. Видео должны быть адаптированы для просмотра на мобильных устройствах, иметь субтитры для просмотра без звука.

4. В тексте к видео должна быть ссылка на страницу бронирования и промокод с указанием сроков действия. Для вовлечения аудитории можно сделать конкурс, где одним из требований будет сделать мини-видео с рассказом, почему полет на воздушном шаре — это лучший способ провести время с близкими. Победитель конкурса получает бесплатный полет и фотосессию. Обязательно указать хэштег #ближекзвездам. Язык повествования должен быть легким, мотивирующим.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете в детской библиотеке и отвечаете за продвижение курсов дополнительного образования для детей. В сентябре запускается новый курс в пилотном формате — графический дизайн. Авторы хотят, чтобы этот курс длился целый год. Занятия будут проходить по выходным в смешанном формате — очно и онлайн. Будут как лекции, так и практические занятия и встречи с приглашенными дизайнерами и художниками. До запуска курса вы хотите понять, будет ли данный курс пользоваться спросом у подростков, а главное, оценить их готовность и мотивацию ходить на занятия целый год. Вам нужно провести исследование, чтобы ответить на эти вопросы, а также помочь составить портрет типичного представителя целевой аудитории.

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="603 920 818 1066">Интересы/увлечения/хобби</td> <td data-bbox="818 920 1374 1066">Учится в художественной школе. Увлекается граффити. Любит накидывать во время уроков эскизы карандашом. Иногда пытается рисовать цифровые рисунки на планшете, но есть сложности в использовании специальных приложений. Посещает открытые лекции по искусству.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1066 818 1162">Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</td> <td data-bbox="818 1066 1374 1162">1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1162 818 1341">Ценности</td> <td data-bbox="818 1162 1374 1341">Ей кажется, что самое важное для нее — свобода самовыражения в ее рисунках. Ей всегда приятно, когда ее работы хвалят, поэтому, находясь в школе, она старается все время рисовать, чтобы получать одобрение от одноклассников. Ей приятно, что родители не запрещают ей рисовать, хотя они не понимают, почему не потратить это время на более полезные вещи.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1341 818 1471">Потребности</td> <td data-bbox="818 1341 1374 1471">Хочет использовать свои навыки, полученные в художественной школе. Думает поступать на художника или дизайнера. Не знает, как улучшить свои навыки создания цифровых рисунков. Мечтает познакомиться с людьми, которые работают в творческих мастерских.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1471 818 1594">Что беспокоит</td> <td data-bbox="818 1471 1374 1594">2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1594 818 1675">Метод исследования целевой аудитории</td> <td data-bbox="818 1594 1374 1675">3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> </table>	Интересы/увлечения/хобби	Учится в художественной школе. Увлекается граффити. Любит накидывать во время уроков эскизы карандашом. Иногда пытается рисовать цифровые рисунки на планшете, но есть сложности в использовании специальных приложений. Посещает открытые лекции по искусству.	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Ценности	Ей кажется, что самое важное для нее — свобода самовыражения в ее рисунках. Ей всегда приятно, когда ее работы хвалят, поэтому, находясь в школе, она старается все время рисовать, чтобы получать одобрение от одноклассников. Ей приятно, что родители не запрещают ей рисовать, хотя они не понимают, почему не потратить это время на более полезные вещи.	Потребности	Хочет использовать свои навыки, полученные в художественной школе. Думает поступать на художника или дизайнера. Не знает, как улучшить свои навыки создания цифровых рисунков. Мечтает познакомиться с людьми, которые работают в творческих мастерских.	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Интересы/увлечения/хобби	Учится в художественной школе. Увлекается граффити. Любит накидывать во время уроков эскизы карандашом. Иногда пытается рисовать цифровые рисунки на планшете, но есть сложности в использовании специальных приложений. Посещает открытые лекции по искусству.												
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Ценности	Ей кажется, что самое важное для нее — свобода самовыражения в ее рисунках. Ей всегда приятно, когда ее работы хвалят, поэтому, находясь в школе, она старается все время рисовать, чтобы получать одобрение от одноклассников. Ей приятно, что родители не запрещают ей рисовать, хотя они не понимают, почему не потратить это время на более полезные вещи.												
Потребности	Хочет использовать свои навыки, полученные в художественной школе. Думает поступать на художника или дизайнера. Не знает, как улучшить свои навыки создания цифровых рисунков. Мечтает познакомиться с людьми, которые работают в творческих мастерских.												
Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 сможете узнать у целевой аудитории, какие темы курсов ей были бы интересны, в каком формате проводить занятия и какая должна быть длительность курса. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Смотрит на RuTube блогеров, которые делают разборы новых фильмов и сериалов. Также подписана на нескольких блогеров, которые разбирают инструменты создания цифровых иллюстраций на планшете, а также учат рисовать комиксы. В социальной сети «ВКонтакте» в основном смотрит короткие видео и делится смешным контентом с друзьями. В «Телеграме» подписана на студии по рисованию в своем городе и смотрит их работы.

2. Стыдится показывать свои работы родителям и друзьям, так как считает их недостаточно хорошими. Из-за этого предпочитает скрывать свой интерес к графическому дизайну. Не уверена, какие экзамены нужно сдавать и кем хочет стать в будущем. Она хочет быть успешной, но испытывает трудности с выбором вуза и представляет свою будущую профессию как что-то неопределенное. Хотя она хочет уделять больше времени учебе, ей сложно организоваться, особенно после школьных занятий, которые сильно утомляют.

3. В качестве метода исследования можно выбрать фокус-группы. Этот метод позволит собрать небольшую группу из 5–8 подростков для группового интервью, где они смогут поделиться мнениями по заданным вопросам. В ходе обсуждения можно выяснить их готовность принять участие в курсе, предпочтительную длительность занятий, наиболее удобный формат обучения, а также темы, которые вызовут у них интерес. Метод поможет выявить скрытые потребности целевой аудитории и уточнить направления для дальнейшего развития курса.

Задание 6.

Фактчекинг – это...

- А. процесс проверки правильности всех фактов в части письма, новостной статье, речи и т. д
- Б. создание информационных поводов и написание новостей
- В. резкое заполнение сетевого пространства какой-либо короткой, вызывающей массу эмоций информацией
- Г. доведение разработки темы журналистских выступлений до логического конца — разрешения поставленной проблемы.

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте качества журналиста с их типом.

Качества	Тип
А. Толерантность Б. Целеустремлённость В. Обучаемость Г. Умение работать с разными форматами медиа Д. Знание законов и умение пользоваться ими.	1. Профессиональные 2. Личностные

Ответ: А2, Б2, В2, Г1, Д1

Задание 8.

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

«Владимир Иванович Даль - автор всем известного «Толкового словаря живого великорусского языка», ценнейшего пособия прежде всего для всех, кто занимается русским языком и русской литературой. Об этой сокровищнице русского языка написано огромное количество статей и даже стихов.

В. И. Даль был превосходным знатоком русского языка и его говоров, классификацию которых он составил первым. Современники рассказывали, что иногда он только по двум-тремя произнесённым словам мог определить, откуда родом человек, носителем какого наречия является. Он также собирал пословицы, поговорки, загадки, самый разнообразный этнографический материал (объяснение обрядов, поверий, предметов культуры и т. д.), который всегда использовал в своих литературных произведениях. Но мало кто из наших современников знает, что В.И. Даль - блестящий морской офицер, врач, хирург, гомеопат, писатель (псевдоним Казак Луганский), учёный в области этнографии, статистики, в области зоологии и ботаники. Он был талантливым инженером-конструктором, изобретателем. Он был одним из учредителей Русского географического общества.»

Возможный ответ: Портретный очерк/Портрет. Текст представляет собой рассказ о деятельности человека, его жизни и значимых увлечениях.

Задание 9.

Вы работаете в редакции газеты «Вкусная Москва», и вас направляют в качестве журналиста на гастрономический фестиваль «Вкус столицы». На фестивале организованы: фудкорты, дегустационные зоны, мастер-классы от шефов ресторанов по приготовлению необычных блюд, викторины на тему гастрономии, конкурс на самое вкусное блюдо, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у посетителей и приглашенных поваров, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Поучаствовать в мастер-классе по приготовлению блюда, проверить свои знания поучаствовав в викторине, прийти со своим фирменным блюдом и побороться за приз приняв участие в конкурсе, разузнать в интервью кулинарные секреты у профессиональных шефов, угостить своим блюдом гостей в дегустационной зоне и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции газеты «Вкусная Москва», и вас направляют в качестве журналиста на гастрономический фестиваль «Вкус столицы». На фестивале организованы: фудкорты, дегустационные зоны, мастер-классы от шефов ресторанов по приготовлению необычных блюд, викторины на тему гастрономии, конкурс на самое вкусное блюдо, фотозоны и т.п. 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 «Вкусная Москва» - женщина 30-60 лет, увлекающаяся кулинарией и ведущая размеренный образ жизни. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о кулинарии, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников, найти новые рецепты и поделиться своими с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира кулинарии и другого контента (фото, видео мастер-классы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 6

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

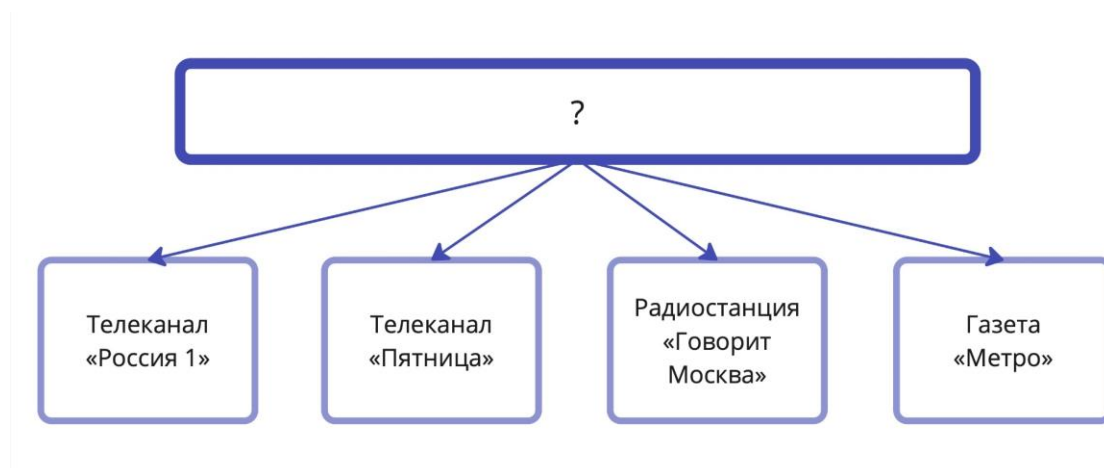
В процессе развития интернета в медиасфере произошли такие изменения, как «_____».

1. Исчезновение традиционных СМИ
2. Увеличение телевизионной аудитории
3. Увеличение производства новостей
4. Увеличение времени доставки информации до конечного пользователя
5. Практически ничего не изменилось

Ответ: 3

Задание 2.

Каким термином можно объединить медиа, представленные на схеме?



1. «Говорящие» медиа
2. Новые медиа
3. Традиционные медиа
4. Цифровые медиа
5. Незарегистрированные СМИ

Ответ: 3

Задание 3.

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

Одним из факторов успеха медиапродукта является его способность удерживать 1)_____ аудитории. Для этого создатели контента используют различные стратегии, например, создание 2)_____ контента, которым пользователи делятся с другими подписчиками в социальных сетях или мессенджерах. Некоторые издания стараются соблюдать баланс между 3)_____ и развлекательными материалами, чтобы удержать интерес 4)_____. Важную роль в процессе продвижения играет оформление материала. Для этого придумываются яркие и иногда противоречивые заголовки, используется 5)_____: инфографика, картинки, схемы, фотографии и видео. Специалисты по контенту также уделяют внимание хештегам, ключевым словам, чтобы при 6)_____ в поисковике их

материал появлялся первым. Эти меры помогают увеличить 7)_____ и, как следствие, увеличить просмотры контента или продажи товара или услуги.

Возможный ответ:

- 1) Внимание
- 2) Вирусного
- 3) Информационными/новостными
- 4) Подписчиков/аудитории
- 5) Визуальные элементы/визуальный контент
- 6) Запросах
- 7) Трафик/охват

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы занимаетесь продвижением социального проекта «Приюти попугая», целью которого является защита птиц, оставшихся без хозяев. Проект предлагает возможность принять участие в защите попугаев, помочь с информационной кампанией, чтобы как можно больше людей узнали, в каких условиях иногда содержат этих птиц. А также проект дает возможность взять попугаев в семью. Вы заключаете контракт на размещение информации о проекте у экоблогера с аудиторией 200 тысяч подписчиков, который ведет аккаунт в Yarru. Его аудитория интересуется темой защиты животных и окружающей среды, но в первую очередь активно следит за публикациями о жизни его попугая Кешу.

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: увеличить осведомленность о проекте «Приюти попугая» и привлечь внимание аудитории на проблему брошенных попугаев. Это может привести к тому, что больше людей решат взять птицу из приюта или помочь финансово.
2. Формат: вертикальное видео в Yarru, где блогер демонстрирует своего попугая Кешу и делится своей историей о том, как он его взял.
3. Показать нескольких кадров из приюта для попугаев, чтобы подчеркнуть контраст между счастливой жизнью Кешу и жизнью до этого. Это поможет вызвать сопереживание у аудитории. Использовать акцентные крупные планы попугаев. Цветовая гамма должна быть яркой и радостной, когда показывают Кешу, чтобы показать, что его жизнь стала намного лучше. Приют может быть представлен в более нейтральных или холодных тонах для усиления контраста.
4. Длительность видео должна быть не более 60 секунд для удержания внимания аудитории. Видео сопровождается закадровым текстом, в котором блогер рассказывает историю знакомства с Кешей. Тон должен быть дружелюбным и заботливым. Блогер может говорить о своей личной ответственности за Кешу и о том, как каждый может помочь попугаям. Обязательно нужно добавить ссылку на сайт проекта «Приюти попугая».

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете продюсером в киношколе. Руководитель школы решил запустить новое направление обучения — курсы для дошкольников. Цель вашей работы на ближайшие полгода — провести информационную кампанию для родителей, чтобы привлечь внимание к новому проекту и обеспечить набор. Вы понимаете, что для успешной кампании вам сначала нужно выяснить ожидания родителей от таких курсов и сравнить их с видением директора школы. Для этого вы собираете информацию о целевой аудитории и составляете портрет пользователя. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Ольга 45 лет Москва мама троих детей: 1, 5 и 10 лет	Интересы/увлечения/хобби	Не работает, активно занимается воспитанием детей. Прочитала миллион книг по детскому воспитанию и прошла курсы по детской психологии. Подписана на блогеров-экспертов, которые рассказывают о том, как вырастить успешного и здорового ребенка.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Сконцентрирована только на успешности своих детей. Считает, что очень важно с детского возраста погружать детей в творческую среду. Ценит качественное образование и готова заплатить любые деньги, чтобы ее дети развивали творческое мышление и коммуникативные навыки чуть ли не с рождения.
	Потребности	Ищет школы, которые позволят ее детям развивать самым эффективным образом креативное мышление и творческие навыки. При этом хочет, чтобы на занятиях использовались современные методы обучения, чтобы детям не было скучно. Хочет, чтобы с ее детьми занимались профессионалы.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 на этапе разработки курса изучили бы потенциальную реакцию аудитории на ваш продукт, могли бы понять, в каком формате проводить занятия и какая должна быть длительность курса. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Подписана на группы в «Телеграме», которые посвящены вопросам развития и воспитания детей. Активно следит за прямыми эфирами с психологами и специалистами по детскому развитию. Также подписана на районные новостные группы, чтобы быть в курсе всех местных событий, а также знать какие магазины и школы открываются. На RuTube часто смотрит мини-сериалы и мультики вместе с детьми.

2. Не всегда знает, как правильно оценить образовательные программы для детей, какие курсы выбрать, что будет действительно полезным для развития ребенка. Испытывает тревогу по поводу уровня подготовки педагогов и безопасности условий, в которых будут проходить занятия, так как постоянно сталкивается с историями, где с детьми что-то происходит. Желает помочь ребенку достичь успеха, но при этом не уверена, что делает все правильно.

3. Для исследования можно использовать метод фокус-групп с родителями. В рамках групповых интервью можно задать вопросы родителям об их ожиданиях от курсов для дошкольников, обсудить формат занятий, оптимальную продолжительность курса и возможные опасения по поводу посещения киношколы. Этот метод позволит протестировать идею, выявить потребности и предпочтения родителей. Собранные данные можно будет использовать как при планировании самих курсов, так и при разработке стратегии продвижения.

Задание 6.**СМИ – это ...**

- А. информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования
- Б. деятельность по производству журналистских материалов
- В. объявления о предлагаемых товарах и услугах определенных типов, которые соответствуют распространенным потребностям людей
- Г. газета, журнал, телеканал, радиостанция, онлайн-издание, видеопрограмма, кинохроникальная программа, а также иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным названием.

Ответ: Г

Задание 7.

Сопоставьте качества журналиста с их типом.

Качества	Тип
А. Толерантность Б. Целеустремлённость В. Обучаемость Г. Умение работать с разными форматами медиа Д. Умение отбирать и проверять информацию	1. Профессиональные 2. Личностные

Ответ: А2, Б2, В2, Г1, Д1

Задание 8.

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

«Константин Сергеевич Станиславский родился в богатой московской семье потомственных фабрикантов, но с детства заболел театром. Болезненный, страдающий рахитом, не выговаривающий «р» и «л», Константин усиленно работал над собой: занимался пластикой и вокалом с лучшими педагогами, а в 14 лет начал свои первые выступления на сцене домашнего театрального кружка. Его дебют состоялся в декабре 1884 года в одном из любительских театров Москвы, где он сыграл Подколёсина в гоголевской «Женитьбе».

В 1898 году совместно с Немировичем-Данченко Станиславский основывает МХАТ – главное дело его жизни. Новый «свободный театр» отрицал излишний пафос, наигранность, позиционировал себя как общедоступную демократическую сцену.

Реформатор театра, создатель системы, определившей развитие театрального и киноискусства на весь XX век, он сделал профессию актёра стилем жизни, тяжелейшим и уважаемым ремеслом. Знаменитое «Не верю!» и «Театр начинается с вешалки» обессмертило его имя даже среди далёких от театра людей.»

Возможный ответ: Портретный очерк/Портрет. Текст представляет собой рассказ о деятельности человека, его жизни и значимых увлечениях.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Астролог», и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль астрологии «Тайны зодиака». На фестивале организованы: консультации по составлению личного гороскопа, мастер-классы от практикующих астрологов, викторины на астрологическую тематику, продажа тематической атрибутики, конкурс на лучший прогноз, фотозоны и т.д.. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у посетителей и приглашенных астрологов, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Поучаствовать в мастер-классе, попробовать самостоятельно построить прогноз и поучаствовать в конкурсе, принять участие в викторине, получить от практикующего астролога персональный прогноз и поделиться с читателями результатами и т.п. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Астролог», и вас направляют в качестве журналиста на фестиваль астрологии «Тайны зодиака». На фестивале организованы: консультации по составлению личного гороскопа, мастер-классы от практикующих астрологов, викторины на астрологическую тематику, продажа тематической атрибутики, конкурс на лучший прогноз, фотозоны и т.д. 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 журнала «Астролог» - женщина 20-40 лет, увлекающаяся астрологией и мистикой и ведущая размеренный образ жизни. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация об астрологии, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников, пообщаться на тему астрологии с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира астрологии и другого контента (фото, видео, опросы, мемы и др.).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 7

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

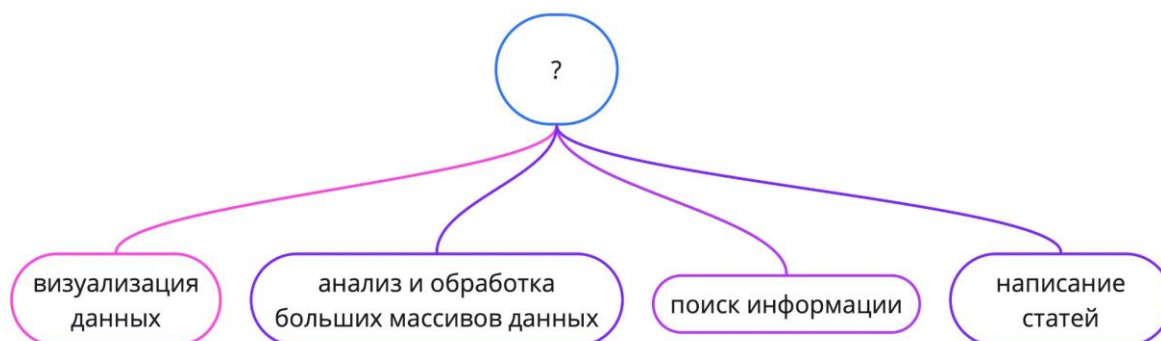
«_____» — это распространение с помощью технических средств между различными группами и индивидуумами специально подготовленных сообщений, представляющих социальную и личную значимость.

1. Медиарынок
2. СМИ
3. Медиакоммуникации
4. Блог
5. Журналистика данных

Ответ: 3

Задание 2.

Перед вами схема, на которой отражены профессиональные обязанности одной медиаспециальности. Определите, какая медиаспециальность отражена на схеме?



1. Верстальщик
2. Дата-журналист
3. Спортивный журналист
4. Тележурналист
5. Финансовый аналитик

Ответ: 2

Задание 3.

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

Создание любого печатного СМИ начинается со следующих шагов. Сперва следует разработать 1)_____ будущего СМИ. Участникам редакции нужно не только определить общее видение тематики и найти актуальные направления в ее рамках, но и, прежде всего, определиться: зачем вообще нужно это издание? Далее следует определить 2)_____ издания. От того, насколько тематика издания соответствует ее интересам и потребностям, зависит его успешность, развитие и долговечность.

После этого важным шагом становится 3)_____ — ключевой момент для любого издания, ведь от каждого ее сотрудника зависит качество готового продукта. Далее нужно

определить 4)_____ издания, то есть как часто оно будет печататься. Это напрямую зависит от формата. Газета, как правило, издается ежедневно или еженедельно. Журналы чаще всего издаются еженедельно или ежемесячно. Еще одним важным элементом процесса создания бумажного СМИ является 5)_____ издания, иными словами, количество отпечатанных экземпляров. Это зависит от спроса аудитории, его изучают маркетологи. Для этого они проводят социологические 6)_____. На основе полученных результатов выстраивается 7)_____ развития СМИ.

Возможный ответ:

- 1) Концепцию/идею
- 2) Целевую аудиторию/аудиторию
- 3) Формирование редакции/формирование команды
- 4) Периодичность выхода/периодичность
- 5) Тираж
- 6) Исследования
- 7) Стратегия/модель

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете PR-специалистом в организации, которая занимается защитой и сохранением редких видов растений России «Аленький цветочек». В организацию обратились ученые, которые открыли новый вид цветов, но зона их обитания под угрозой из-за деятельности строительных компаний в этом регионе. Они просят вас помочь донести эту информацию до массовой аудитории, чтобы за счет общественного резонанса привлечь внимание властей к разрешению ситуации.

Вы создали страницу на сайте «Аленького цветочка», где разместили полную информацию о новом виде цветов и ситуации, которая сложилась с их сохранением в связи с развивающейся застройкой. Ваше руководство предлагает обратиться с распространением информации к блогерам-экологам, у которых в группах в социальной сети «ВКонтакте» сотни тысяч подписчиков, а также к известным медийным персонам с миллионной аудиторией, чье мнение может влиять на общество — побудить людей встать на защиту редких растений. Ваша задача — разработать концепцию поста, который мог бы запустить флешмоб в социальной сети «ВКонтакте» и привлечь внимание к проблеме.

Составьте концепцию поста для флешмоба в социальных сетях. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель флешмоба.
2. Форматы контента.
3. Обязательные требования к визуалу (не менее 3-х): содержание изображения или видео, композиционное решение, цветовая гамма, технические параметры и т.д.
4. Обязательные 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: информировать о проблеме сохранения редких видов растений и окружающей среды, в целом призвать широкую общественность обратить внимание властей на решение конкретной ситуации с деятельностью строительных компаний в местах произрастания редких видов цветов. Эффективность размещения рекламы можно

будет измерить по количеству просмотров, переходов со страниц блогеров-экологов и известных медийных персон на страницу с описанием проблемы.

2. Формат: вертикальное видео с кратким сопроводительным текстом.

3. Видео снимается от первого лица блогера (селфи-съемка). В кадре преимущественно находится сам блогер. Крупный или средний план. На видео показаны сами растения, места их произрастания и развернутые стройки в регионе, где растут эти цветы, комментарии экологов и биологов. Качество видео Full HD.

4. Структура видеоролика должна быть следующей: суть проблемы, основная часть, заключение. Для привлечения внимания аудитории начать ролик с вопроса, например, «Знаете ли вы сколько редких и исчезающих видов растений и цветов растет в нашей стране?». Далее рассказать об открытии нового вида цветов, показать их, кратко обрисовать ситуацию с их сохранением, объяснив, что это напрямую зависит от места их произрастания, которое на грани уничтожения. Показать в кадре места застройки, строительную технику, перекопанные участки земли, поваленные деревья и кустарники. В описании указать сайт «Аленького цветочка», где помимо конкретной ситуации можно узнать о проблемах сохранения и других редких видов растений и цветов. Максимально естественная, ненавязчивая подача.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы начинающий специалист по связям с общественностью. Пришли на работу в компанию, которая планирует запуск нового онлайн-магазина торговой марки одежды для подростков и молодежи. Магазин будет иметь модный и стильный интерфейс и удобную систему оплаты товаров. Целевая аудитория — юноши и девушки в возрасте от 13 до 30 лет, которые активны, имеют много интересов помимо учебы или работы, ведут подвижный образ жизни, ценят стиль в одежде, часто путешествуют и которым удобнее выбирать товары в сети, экономя время и средства на покупки. Вы готовите медиаплан: в какие паблики, посвященные lifestyle, вы будете отправлять рекламные материалы об интернет-магазине одежды. Но для этого нужно определить, насколько аудитория, которая может заинтересоваться новой платформой, совпадает с аудиторией возможных пабликов. Вы проводите исследование целевой аудитории и составляете портрет ее типичного представителя.

 Александра 15 лет Владивосток ученица 10-го класса	Интересы/увлечения/хобби	Путешествия, творчество, экология. Посещает музыкальную школу. Занимается дополнительно с репетиторами. По выходным любит ходить по магазинам.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Обучение, развитие, общение, креативность.
	Потребности	Хочет самовыражаться через одежду. Хочет быть особенной, отличаться от сверстников. Ей важно одеваться модно и необычно, но не тратить на это много денег.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 вам нужно описать медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Приведите не менее 3-х источников получения информации, укажите конкретные медиаресурсы и 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 и обоснуйте **один метод исследования**, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Постоянно смотрит видеоролики в телеграм-каналах и в социальной сети «ВКонтакте». Подписана на тревел-блогеров. Слушает подкасты про современные технологии. В свободное время смотрит молодежные сериалы и фильмы на «Кинопоиске».

2. Боится, что не сдаст ЕГЭ на нужное количество баллов для поступления. Переживает, что будет как все. Боится быть непонятой, неудачницей, но не хочет обращаться к родителям, так как ее близкие могут не воспринять ее переживания всерьез.

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Пресс-релиз – это ...

- А. встреча официальных лиц с представителями СМИ, где вкратце излагается официальная позиция по определенным вопросам
- Б. структура, создаваемая в организациях и учреждениях, для информирования СМИ и журналистов по поводу собственной деятельности
- В. сообщение, которое готовят различные компании или организации, для того чтобы его распространяли СМИ
- Г. события, происшествия или сведения, информация о которых может быть потенциально важна и интересна аудитории конкретного средства массовой информации

Ответ: В

Задание 7.

Сопоставьте качества социальной сети с её названием.

Качества	Социальная сеть
А) Пользуется большой популярностью у учащейся или работающей молодежи	1. ВКонтакте 2. Одноклассники
Б) Позволяет выразить свою симпатию друзьям в виде подарков и реакций, поставить оценки фото и видео	
В) Аудитория в основном предпочитает тексты на бытовую или развлекательную тематику	
Г) Является крупнейшей в России по числу пользователей	
Д) Пользуется большой популярностью у женщин от 35 лет и старше, проживающих в российских регионах	

Ответ: А1, Б2, В2, Г1, Д2

Задание 8.

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

Профессиональное сообщество сплотилось в непростой период.

Министр культуры Ольга Любимова об итогах работы ведомства.

— *Ольга Борисовна, прошёл почти год с момента Вашего назначения на должность Министра культуры РФ. Как Вы оцениваете итоги 2020 г. в целом?*

— Для культурной сферы этот год стал достаточно сложным, но вместе с тем он позволил открыть и расширить наши возможности, привлечь новую аудиторию благодаря созданию контента в смешанном формате (онлайн/офлайн).

Говоря об итогах, в первую очередь хотела бы поблагодарить профессиональное сообщество, которое сплотилось в этот непростой период, Правительство РФ и Роспотребнадзор. За счёт слаженных действий удалось быстро проработать меры поддержки различных отраслей культуры: от музеев и театров до частных цирков и

зоопарков, а также оперативно сформировать рекомендации по работе в период пандемии. Возвращаясь к онлайн-контенту, можно выделить рост популярности портала «Культура.РФ». И что немаловажно, доля детской аудитории выросла до 25%.

— *Поделитесь основными результатами работы министерства, базовыми направлениями, на которые был сделан основной акцент в 2020 г.*

— Одними из знаковых, конечно же, стали инфраструктурные проекты. И в первую очередь связанные с празднованием 75-летия Победы в Великой Отечественной войне. Так, в Волгограде завершена уникальная реставрация скульптуры «Родина-мать зовёт!». При участии президентов России Владимира Владимировича Путина и Беларуси Александра Григорьевича Лукашенко состоялась торжественная церемония открытия Ржевского мемориала Советскому солдату

— *Как раз о национальном проекте. В конце 2020 г. стало известно, что объём средств нацпроекта «Культура» до 2024 г. увеличен почти на 13 млрд рублей и составил более 140 млрд. На что будут направлены дополнительно выделенные средства?*

— Включены новые мероприятия: реконструкция и капитальный ремонт детских школ искусств, государственная поддержка лучших сельских учреждений культуры и их работников, стипендии творческим деятелям. Кроме того, при обсуждении поправок ко второму чтению закона о бюджете нам удалось совместными с депутатским корпусом усилиями увеличить субсидии регионам на строительство и реконструкцию домов культуры на селе, приобретение автоклубов, создание модельных библиотек и ремонт детских театров.

Возможный ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них.

Задание 9.

Вы работаете в редакции газеты «Здоровая Москва», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Жизнь в тонусе». На фестивале организованы: спортивные мастер-классы от именитых спортсменов, консультации по здоровому питанию от ведущих нутрициологов, спортивные состязания, автограф-сессии и встречи в формате «вопрос-ответ» с чемпионами в различных видах спорта, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у посетителей и приглашенных спортсменов, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Задать свой вопрос спортсмену, поучаствовать в мастер-классе, попробовать свои силы в спортивном состязании и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции газеты «Здоровая Москва», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Жизнь в тонусе». На фестивале организованы: спортивные мастер-классы от именитых спортсменов, консультации по здоровому питанию от ведущих нутрициологов, спортивные состязания, автограф-сессии и встречи в формате «вопрос-ответ» с чемпионами в различных видах спорта, фотозоны и т.п. 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 «Здоровая Москва» - женщина или мужчина 30-50 лет, проживающий в Москве, увлекающийся здоровым питанием и ведущий активный образ жизни. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация о здоровом образе жизни, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников, получить мотивацию и делиться своими успехами и лайфхаками с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира спорта и ЗОЖ и другого контента (фото, видео мастер-классы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 8

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

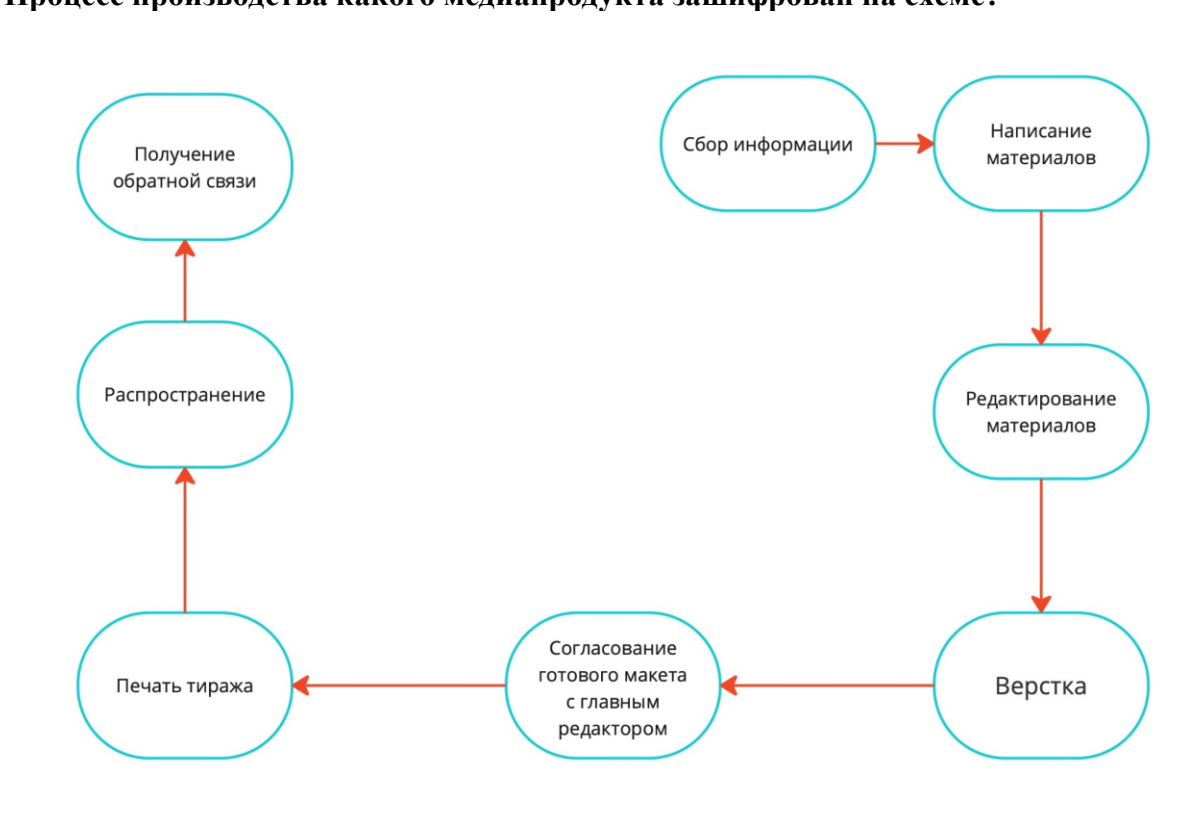
« _____ » — это процесс проверки и исправления содержания, стиля и формы текста, который делает текст более эффективным, повышая его воздействие на читателя и улучшая восприятие информации.

1. Верстка
2. Фактчекинг
3. Интерпретация
4. Редактура
5. Исследование

Ответ: 4

Задание 2.

Процесс производства какого медиапродукта зашифрован на схеме?



1. Журнал
2. Книга
3. Подкаст
4. Блог
5. Календарь

Ответ: 1

Задание 3.

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

Для того чтобы читателю легче было ориентироваться в журналистском материале и понимать его основные идеи, нужна организация содержания текста, которая называется 1)_____. В классическом варианте она включает в себя такие элементы, как: 2)_____, который должен быть интригующим и отражать суть текста; 3)_____, которое знакомит читателя с темой, целью и задачами текста; 4)_____, которая содержит основную информацию, разделенную на логические абзацы, каждый из которых раскрывает отдельный аспект темы; 5)_____, которое подводит итоги, обобщает основные мысли и может содержать выводы или рекомендации, личное мнение автора. Кроме того, чтобы донести мысль до читателя, текст должен иметь логику построения.

Для того чтобы привлечь внимание зрителя, можно добавить в текст такие визуальные элементы, как 6)_____. Чтобы избежать нарушения авторских прав, можно обратиться к платформам, которые предоставляют легальный доступ к контенту — 7)_____.

Возможный ответ:

- 1) Структура
- 2) Заголовок
- 3) Введение
- 4) Основная часть
- 5) Заключение
- 6) Фотографии/иллюстрации/изображения
- 7) Фотостоков/фотобанков

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в PR-агентстве. Ваш клиент — недавно открывшаяся городская кондитерская «Глазурь» — планирует запустить канал о жизни своей кондитерской с видеорецептами и различными активностями для подписчиков и покупателей в «Телеграме» и сделать платную подписку. Владелец кондитерской обратился в ваше агентство для продвижения своего проекта. Ваша задача — заинтересовать каналом потенциальную аудиторию.

Рекламная стратегия, которую разработала ваша команда, включает в себя сотрудничество со звездными кондитерами, которые ведут свои группы в соцсетях и у которых есть свои шоу на ТВ.

Один из таких кондитеров активно поддерживает молодые кулинарные проекты и стартапы, и вы полагаете, что он разместит рекламу «Глазури» в своем телеграм-канале. Но для этого вам нужно составить пост таким образом, чтобы он отражал суть вашей рекламы и не выбивался из стилистики группы кондитера. Его основной контент состоит из видео о жизни и работе, кулинарных викторин и качественных ярких фотографий различных десертов: от самых простых и всем знакомых до экзотических. Количество подписчиков — более миллиона человек.

Составьте концепцию рекламного поста в канале кондитера. 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 (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: привлечь дополнительный капитал для развития всего проекта. Эффективность размещения рекламы можно будет измерить по количеству просмотров, переходов со страницы звездного кондитера на сайт «Глазури» и количеству совершенных покупок в самой кондитерской со скидкой по кодовому слову.
2. Формат: один видеоролик от кондитерской на канале блогера с сопроводительным текстом.
3. В видео будет снято в самой кондитерской «Глазурь». В кадре должно быть хорошо видно витрину с продукцией, интерьер кондитерской. Также в видео должен быть показан крупным планом и в замедленной съемке процесс изготовления пирожных или другой выпечки. Продукцию лучше выбрать яркую, цветную, она должна быть хорошо освещена, посуда для подачи должна быть нейтральных тонов, чтобы не отвлекать внимание от самих изделий.
4. Структура всего поста с видео должна быть следующей: пара броских предложений, подводящих к видео о кондитерской. Далее рассказать о том, что именно в ней продают, кто там работает и где она находится. Кратко представить владельцев «Глазури». Анонсировать регулярную викторину или конкурс со сладкими призами и кодовым словом для скидки при покупке в кондитерской. В конце видео указать сайт кондитерской, где можно приобрести сладости на заказ. Максимально естественная, ненавязчивая подача.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы придумали и разработали приложение под названием «Бизнес+», которое предназначено для помощи бизнесменам в управлении своим временем, финансами и коммуникациями. Оно объединяет инструменты планирования задач, учета расходов, генерации отчетов и интеграции с мессенджерами для удобного общения с клиентами и партнерами. Целевая аудитория приложения: мужчины и женщины в возрасте 30-50 лет, владельцы малых и средних бизнесов, управляющие компаниями, стартаперы. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории проекта.

 Юлия 35 лет Нижний Новгород владелица салона красоты	Интересы/увлечения/хобби	Занимается фитнесом. Любит уход за собой. Много путешествует. Читает книги по саморазвитию.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Успех, инновации, эффективность, стабильность, уверенность в будущем.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Неэффективность в управлении бизнесом. Ей хочется успевать вести бизнес и уделять время себе. Переживает из-за потери клиентов и финансовых потерь.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

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

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы после выхода приложения изучили бы реакцию аудитории на ваш продукт, могли бы понять, что пользователям нравится, а что нужно доработать. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает деловые журналы такие, как РБК, Forbes, подписана на социальные сети бизнес-экспертов, слушает бизнес-подкасты, вебинары, посещает специализированные форумы. Проходит онлайн-курсы с целью саморазвития.

2. Ищет возможности автоматизации процессов внутри бизнеса, возможности привлечения новой аудитории и удобные инструменты для управления коллективом. Ей необходим ресурс, который поможет своевременно получать данные о расходах, отчетах и результатах работы компании.

3. Глубинное интервью. Этот метод предполагают проведение индивидуальных встреч с пользователями, в ходе которых исследователь задает открытые вопросы о том, как пользователь взаимодействует с приложением, что ему нравится, что вызывает трудности, какие функции он использует чаще всего, а какие могли бы быть доработаны. Глубинные интервью позволяют получить детализированное понимание пользовательского опыта, выявить скрытые потребности, получить обратную связь об удобстве интерфейса и функционала приложения. Этот метод особенно эффективен для сбора качественных данных и помогает глубже понять эмоциональные реакции и скрытые мотивы пользовательских предпочтений.

Задание 6.

Ньюсмейкеры – это ...

- А. персоны, которые своими поступками или заявлениями создают инфоповод, привлекают внимание СМИ и аудитории
- Б. люди, ставшие непосредственными свидетелями интересного события
- В. специалисты в той или иной отрасли знаний
- Г. лица, осуществляющие распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте качества социальной сети с её названием.

Качества	Социальная сеть
А) Большую часть пользователей составляют женщины возраста 25–50 лет	1. ВКонтакте 2. Дзен
Б) Пользуется большой популярностью у учащейся или работающей молодежи	
В) Была создана в 2015 году	
Г) Предлагает множество возможностей для развлечений – игры, музыку, видео, мемы, голосования	
Д) Предлагает своим пользователям простую и понятную навигацию	

Ответ: А2, Б1, В2, Г1, Д1

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Повесть американской писательницы Франсуа Бернет была чрезвычайно популярна на рубеже веков во всем мире, в том числе и в России. После долгих лет забвения в нашей стране она в последние годы неоднократно переиздавалась. Пришел ее черед шагнуть и на сцену.

Изысков режиссерской фантазии здесь представлено не будет. Буйства сценографического воображения тоже увидеть не удастся. Плохо ли это? Едва ли. У создателей спектакля была иная задача (быть может, в ущерб собственной репутации) - как можно полнее донести до трудноукротимых в массе юных зрителей нехитрую и трогательную историю о том, как искренность и бескорыстие ребенка растопили сердце

эгоистичного донельзя старика-графа, научили его радоваться жизни, поскольку в ней всегда можно кому-то делать добро.

Успех подобного предприятия у неусидчивой публики оказался возможен во многом благодаря обаянию образа главного героя - Седрика Эррола, созданного актрисой Ларисой Моравской. Беспечно болтающий ногами мальчишка, сидящий на ящике в лавке приятеля-торговца, он столь же непринужденно держится и в высшем обществе, в котором волею судеб ему пришлось очутиться, став единственным наследником своего дедушки, богатейшего графа Доринкура. Помимо бесподобной естественности новоиспеченный юный лорд наделен редкой способностью, привитой ему в детстве родителями, - в каждом человеке видеть хорошее. Моравской удастся это играть без малейшей фальши и нравоучительности.

В спектакле заняты народные артисты России Иван Воронов и Маргарита Куприянова, а также среднее и молодое поколение артистов театра.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Айтишник», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Технологии будущего». На фестивале организованы: выставка прорывных технологий в сфере IT, конкурс технологических стартапов, встречи в формате «вопрос-ответ» с лидерами отечественной IT-индустрии, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.
- 2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у посетителей и приглашенных спикеров, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Задать свой вопрос представителю IT-компании, постить выставку и протестировать новинки IT технологий, принять участие в конкурсе стартапов в качестве зрителя и рассказать читателям о конкурсантах и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Айтишник», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Технологии будущего». На фестивале организованы: выставка прорывных технологий в сфере IT, конкурс технологических стартапов, встречи в формате

вопрос-ответ с лидерами отечественной IT-индустрии, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Айтишник» - молодая женщина или мужчина 20-40 лет, увлекающийся современными технологиями или работающий в сфере IT. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация о новых технологиях, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти коллег и единомышленников с разных уголков страны и делиться с ними своим опытом в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира IT другого контента (фото, видео, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 9

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

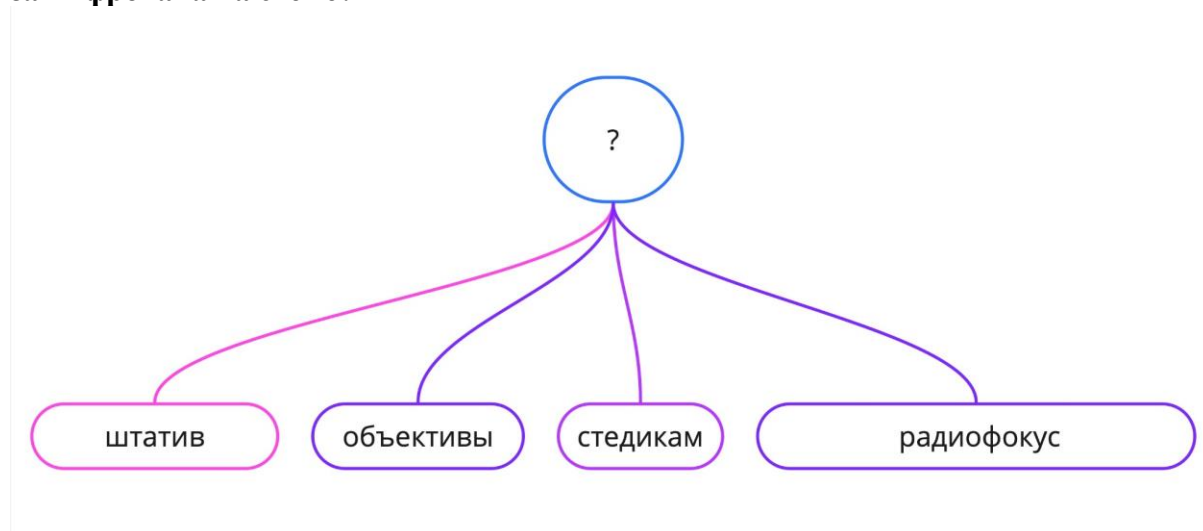
« _____ » — год, когда был организован братьями Люмьер первый публичный кинопоказ.

1. 1917
2. 1965
3. 1895
4. 1856
5. 1988

Ответ: 3

Задание 2.

На схеме ниже отражено профессиональное оборудование, которым пользуется специалист, работающий в медиаиндустрии. Определите, какая медиаспециальность зашифрована на схеме?



1. Режиссер
2. Сценарист
3. Кинооператор
4. Звукорежиссер
5. Монтажер

Ответ: 3

Задание 3.

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

Обычно новостной сюжет имеет 1) _____ в полторы минуты, в некоторых случаях он может достигать до 2–2,5 минут. В зависимости от продолжительности при создании сюжета стоит соблюдать несколько универсальных правил. Во-первых, классический новостной сюжет включает в себя такие элементы, как стендап, закадровый голос, синхрон и 2) _____ — небольшой фрагмент видеоряда с интершумом. Во-вторых, сюжет должен быть снят в хорошем качестве, это касается как видеоизображения, так и 3) _____. В-третьих, отснятого материала должно быть много, чтобы на этапе монтажа можно было выбрать наиболее удачные 4) _____. При съемке лучше всего сделать несколько планов

разной крупности: средний, общий и 5) _____. При монтаже в содержание сюжета можно также добавлять и другие материалы, например, видео пользователей социальных сетей, но при этом нужно обязательно указывать 6) _____. Когда завершен монтаж и внесены все правки, сюжет можно выпускать в 7) _____.

Возможный ответ:

- 1) Хронометраж
- 2) Лайф
- 3) Звук
- 4) Кадры/фрагменты
- 5) Крупный/дальний
- 6) Автора/источник
- 7) Эфир

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете PR-менеджером в компании, которая занимается производством премиальной мебели «Папа Фрейзер». За последний месяц продажи сильно сократились, поэтому ваше руководство решает выделить бюджет на рекламу. PR служба решает, что, помимо наружной рекламы, нужно закупить рекламу в прессе.

Проанализировав рынок печатных СМИ, вы сделали выбор в пользу бортового журнала авиакомпании. Там вы планируете купить страницу для рекламы. У журнала большой охват и довольно широкая аудитория. Руководство компании утвердило эту идею, и теперь вам нужно предоставить дизайнерам информацию для разработки макета рекламной страницы.

Составьте концепцию рекламной страницы в журнале. Отрадите следующие аспекты:

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

Возможный ответ:

1. Цель: повысить продажи.
2. Формат: полностраничное изображение в журнале.
3. Фотография мебелированной комнаты, на которой изображен книжный шкаф, журнал и кофейный столик необычной формы. Цветовая гамма выполнена в приглушенных коричневых оттенках, так как это подчеркивает премиальность товара. Разрешение фотографии — не менее 300 dpi.
4. В верхней части страницы по центру должно быть написано крупным шрифтом название компании. Ниже — слоган. Должен быть использован фирменный шрифт и цвета бренда. В правом нижнем углу страницы должен быть размещен QR-код, по которому читатель может перейти на сайт компании.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Команда психологов школы N планирует запустить телеграм-канал для родителей начальных и средних классов. Идея заключается в том, чтобы дать родителям практические советы по воспитанию и взаимодействию с детьми в простой и удобной форме. Авторы телеграм-канала — школьные психологии. Они планируют делать регулярные посты на такие темы, как подростковая агрессия, подготовка к учебному году, стресс и тревожность подростков, буллинг и т.д.

Авторы полагают, что канал будет пользоваться популярностью в основном у женской аудитории в возрасте 30–45 лет, чьи дети ходят в школу N. Для лучшего понимания своей аудитории и ее потребностей создатели канала проводят исследование целевой аудитории, в рамках которого составляют портрет типичного представителя медиапроекта.

 Людмила 45 лет Москва мама двоих детей: 5 и 13 лет главный бухгалтер	Интересы/увлечения/ хобби	Много работает. В выходные старается уделять время детям, ходить с ними в кино и в парки. Занимается фитнесом. Любит готовить.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Семья, карьера, спорт.
	Потребности	Хочет чувствовать себя хорошей матерью, которая правильно воспитывает детей. Хочет лучше разбираться в детской и возрастной психологии, но у нее нет времени на чтение книг. Хочет, чтобы её дети были счастливы в школе и в детском саду.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Ежедневно читает новости в «Телеграме» и следит за несколькими популярными каналами по воспитанию, психологии и саморазвитию. В свободное время смотрит видеоролики, посвященные вопросам семьи и воспитания детей. Также подписана на родительские сообщества в социальной сети «ВКонтакте». Иногда читает женские форумы.
2. Марину тревожит непонимание детей и сложности в общении. Она боится упустить момент, когда ребенок переживает трудности и нуждается в поддержке. Боится вовремя не

оказать помощь. Также ее беспокоит проблема буллинга и стресса, связанного с учебой. Она часто сомневается, достаточно ли понимает внутренний мир детей и их чувства.

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Информационный повод – это ...

- А. объявления о предлагаемых товарах и услугах определенных типов, которые соответствуют распространенным потребностям людей
- Б. встреча официальных лиц с представителями СМИ, где вкратце излагается официальная позиция по определенным вопросам
- В. актуальные события, происшествия, комментарии, которые могут быть интересны как широкой аудитории, так и аудитории специализированного издания
- Г. сообщение, которое готовят различные компании или организации, для того чтобы его распространяли СМИ

Ответ: В

Задание 7.

Соотнесите виды текстов, относящихся к информационному жанру журналистики с характеристиками этих видов текстов.

Характеристики видов журналистского текста	Виды журналистского текста
А) Цель – создать полное и живое представление о событии Б) Подача информации – по хронологии В) Цель – передать только факты и основную информацию Г) Сбор информации - по-разному (с места события, на основе пресс-релиза и др.) Д) Подача информации – по убыванию важности	1. Новостное сообщение 2. Репортаж

Ответ: А2, Б2, В1, Г1, Д1

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Принцесса цирка» Имре Кальмана - история про таинственного Мистера Икс - являлась миру в разных обличьях, но создать произведение на стыке жанров (оперетты, мюзикла, танца и современного циркового направления *nouveau cirque*) решились только в России. Декорация спектакля — Арена цирка. Она то распахнута полностью и словно вовлекает зрителей в происходящее, то повернута задней частью, где располагаются кулисы и гримерки циркачей, что дает возможность увидеть изнанку, прикоснуться к ранее неизведанному пространству. Цирк на протяжении всего спектакля, с его акробатами, жонглерами, трюками, — очень органично вплетен в известную всем историю, он не отвлекает от сюжета, от игры актеров, скорее - создает необходимый антураж, добавляет нужных ощущений и дарит праздник. Проблема у этой постановки только одна. Как правило, при попытке соединить разнородные элементы в итоге страдают оба. Для мюзикла этот спектакль чуть-чуть консервативен, для цирка — слишком медлителен и драматичен.

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Нумизмат», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Деньги: от А до Я». На фестивале организованы: лекции по нумизматике от ведущих экспертов в данной области, лекции по истории денежного обращения, выставка редких экземпляров монет и купюр, аукцион, тематические викторины, фотозоны и т.п. 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 эксклюзивное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у посетителей и приглашенных экспертов мира нумизматики, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Задать свой вопрос представителю данной сферы, разузнать у них секреты коллекционирования, принять участие в викторине и проверить свои знания, поприсутствовать на аукционе и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Нумизмат», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Деньги: от А до Я». На фестивале организованы: лекции по нумизматике от ведущих экспертов в данной области, лекции по истории денежного обращения, выставка редких экземпляров монет и купюр, аукцион, тематические викторины, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Нумизмат» - мужчина или женщина 40-60 лет, увлекающийся историей и коллекционированием и ведущий размеренный образ жизни. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация о монетах и банкнотах, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти коллег и единомышленников с разных уголков страны, консультироваться и обмениваться опытом в комментариях сообщества с другими подписчиками. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира нумизматики и другого контента (фото, видео, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 10

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

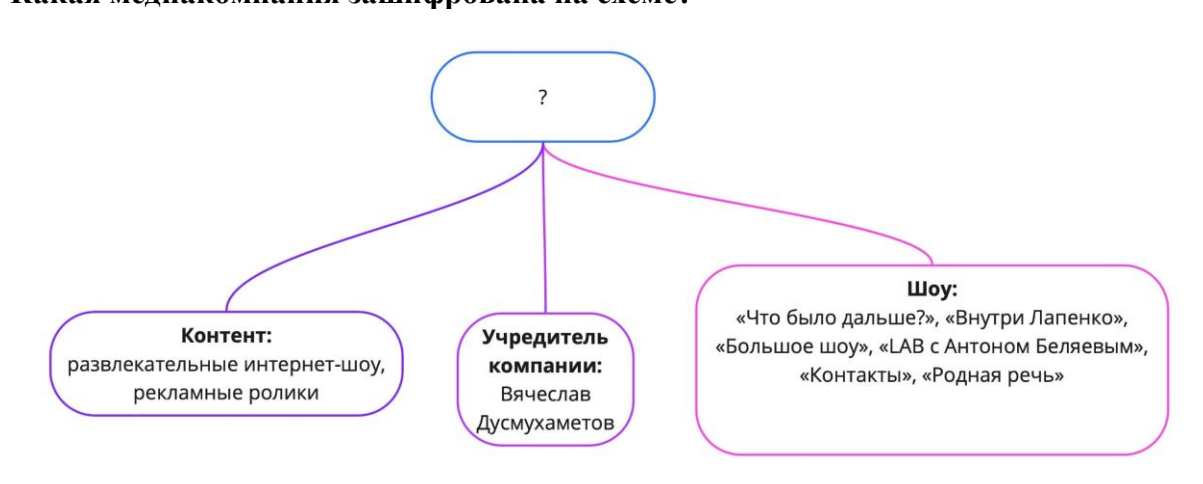
« _____ » — это технология аудиозаписи, которая стала популярна в начале 1980-х годов и позволила пользователям легко записывать звук и прослушивать его с помощью магнитофонов.

1. Оптический диск
2. Нотный стан
3. Кассета
4. Виниловая пластинка
5. Восковой валик

Ответ: 3

Задание 2.

Какая медиакомпания зашифрована на схеме?



1. Медиум Кволити Продакшн
2. Чикен Карри
3. Stand-UP Club
4. Кинопоиск
5. A4

Ответ: 1

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 видеопродукции — это сложный и многогранный процесс, который включает в себя несколько ключевых этапов. Первым шагом является написание 1) _____, на основе которого будет строиться сюжет. После этого происходит разработка 2) _____ — серии рисунков, которые визуализируют сцены видеоматериала.

Следующий этап — это съемка, которая требует тщательной подготовки. За организацию съемки отвечает 3) _____. Во время съемок активно используется различное 4) _____, например, камеры, осветительные приборы, диктофоны.

После завершения съемок наступает этап 5) _____, на котором производится монтаж, добавляются звуковые эффекты и 6) _____, где указываются все члены съемочной команды

и актеры. Наконец, готовую продукцию необходимо адаптировать для распространения на различных 7)_____, включая телевидение и интернет.

Возможный ответ:

- 1) Сценария
- 2) Раскадровки
- 3) Продюсер
- 4) Оборудование
- 5) Постпродакшена/постобработки
- 6) Титры
- 7) Платформах

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете PR-менеджером в турагентстве «Бугор». С нового года в вашей компании открывается новое направление для путешествий — Кольский полуостров. Это место привлекательно для туристов в первую очередь первозданной природой: берегами озер, холмами и сопками вулканов, покрытыми разноцветным ковром цветов. Гости острова могут увидеть северное сияние, покататься на оленях и попробовать морских ежей.

Перед запуском нового маршрута турагентство организует рекламную кампанию, чтобы привлечь внимание аудитории к путешествию на север. В рамках кампании планируется размещение рекламы у тревел-блогера Валентина Ходового. Он ведет свой видеоблог о путешествиях по России. На его канале Rutube 500 тыс. подписчиков. Вам как PR-менеджеру нужно написать для блогера техническое задание к рекламной интеграции.

Составьте концепцию рекламной интеграции в видеоблоге. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат рекламного контента.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): сюжет и герои, содержание сцен, графические элементы, цветовая палитра, композиционное решение, использование спецэффектов, технические параметры и т.д.
4. Требования к тексту или аудио (не менее 3-х): структура закадрового текста или диалогов, основное сообщение, титры, стиль озвучки, музыка/звуковые эффекты, обязательные упоминания (ссылки) и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: привлечь внимание аудитории к новому маршруту турагентства «Бугор» на Кольский полуостров.
2. Формат: интеграция в формате тревел-блога, в котором Валентин посещает Кольский полуостров.
3. По сюжету блогер отправляется исследовать новое место — Кольский полуостров. Стилистика съемки соответствует в целом контенту блогера. Съемка ведется от первого лица, используются селфи камеры, GoPro, съемка с дрона. В видео должны быть длинные панорамы природы — кадры озер, разноцветных лугов и северного сияния. Блогер должен попробовать несколько активностей и запечатлеть на камеру (ручная съемка): как он катается на оленьих упряжках, собирает ягоды и грибы, пробует морских ежей. Минимальное разрешение — 1080p.
4. Повествование строится согласно туристическому маршруту блогера. Начинается видео с личного рассказа блогера о причинах путешествия на Кольский полуостров, затем

переход к описанию маршрута. Особый акцент делается на эмоциях блогера, которые он испытывает во время путешествия. Кадры природы сопровождаются спокойной классической музыкой. В конце видео блогер должен поделиться в ненавязчивой форме контактами турагентства, которое поможет зрителям с организацией путешествия на Кольский полуостров. Общая длительности видеоролика — 30-40 минут.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Продакшн-студия «Круто-ТВ» получила заказ от телеканала на производство телевизионного сериала «Мама, помоги!». Это комедийный сериал про обычную среднестатистическую семью. Главная героиня — Галина и ее семья: муж Гена, сын Денис, дочь Настя и собака Бобик. На протяжении каждой серии герои сталкиваются с различными неприятностями, из которых им предстоит выбраться. Они ссорятся, но тем не менее все равно любят друг друга и остаются дружными.

Для разработки характера главного персонажа создатели сериала планируют изучить потенциальную аудиторию сериала — женщин в возрасте от 35 до 55 лет. Сценаристы хотят сделать главную героиню максимально похожей на зрительниц, поэтому в рамках изучения целевой аудитории они составляют портрет ее типичного представителя.

 Мария 45 лет Пермь менеджер	Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Основной источник информации — телевизор. Смотрит новости на «Первом канале», сериалы и развлекательные шоу на таких каналах, как СТС, ТНТ, «Домашний». Активный пользователь социальных сетей («Одноклассники», «ВКонтакте»). Для общения с коллегами использует мессенджеры.
	Ценности	Дом, семья, работа.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Боишься потерять работу. Чувствует постоянную усталость. Переживает, что мало уделяет времени себе. Не знает, как расслабиться после тяжелого рабочего дня.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Любит готовить. Увлекается садоводством, выращиванием растений. Часто покупает на маркетплейсах товары для создания уютной атмосферы дома (свечи, диффузоры и т.д.).
2. Мария хочет найти ресурс для развлечения и снятия стресса после тяжелого рабочего дня — комедийный формат позволяет расслабиться и отвлечься от ежедневной рутины. Мария хочет негласной поддержки — идентификация с главным персонажем поможет ей понять, что с трудностями сталкиваются многие. Ее коллеги любят сериалы, поэтому для поддержания социальных связей она хочет быть в курсе телевизионного контента. Ей важно иметь возможность обсудить сюжетные повороты, персонажей и события истории с коллегами.
3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Фейк – это ...

- А. подготовленная определенным образом научная работа либо документ, прошедший редакционную проверку, издательскую обработку и содержащий определенную информацию, предназначенную для распространения
- Б. заведомо недостоверная общественно значимая информация, распространяемая под видом достоверных сообщений
- В. обозначение изданий печатной прессы, распространяемых по достаточно низкой цене и специализирующихся на слухах, сенсациях (зачастую мнимых), скандалах, сплетнях о жизни известных людей
- Г. неподтвержденная информация, источник которой неизвестен, но при этом актуальная и достаточно интересная, чтобы быть активно распространяемой.

Ответ: Б

Задание 7.

Соотнесите виды текстов, относящихся к информационному жанру журналистики с характеристиками этих видов текстов.

Характеристики видов журналистского текста	Виды журналистского текста
А) Сбор информации - обязательно побывать на месте события Б) Цель – передать только факты и основную информацию В) Подача информации – по хронологии Г) Сбор информации - по-разному (с места события, на основе прессрелиза и др.) Д) Цель – создать полное и живое представление о событии	1. Новостное сообщение 2. Репортаж

Ответ: А2, Б1, В2, Г1, Д2

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Этим летом на сцене Российского академического молодежного театра (РАМТ) Национальный Классический Балет под руководством балерины и педагога Анны Нехлюдовой показал «Баядерку» – трагическую историю любви танцовщицы и воина, основанную на древней индийской легенде. Хореография Мариуса Петипа на музыку композитора Людвиг Минкуса в постановке Национального Классического Балета, очаровали зрителей. Помимо драматизма самой рассказанной в танце истории, запоминаются массовые сцены и вплетённые в постановку танцы. Красочность, восточный колорит, неиссякаемая энергия... Пожалуй, такими эпитетами можно охарактеризовать спектакль.

Стоит отметить мастерство и опыт труппы. Партию Никии исполняет Ольга Сизых, ведущая солистка балетной труппы театра им. К.С. Станиславского и Вл.И. Немировича-Данченко, партию Гамзатти – Надежда Илларионова, ведущая солиста Национального Классического Балета. Две сильные танцовщицы приковывают взоры. Благодаря их хрупкости и профессионализму либретто считывается без текста, а настроение, безусловно, передаётся залу. «Баядерка» – эталон красоты, артистизма и техники. Показ этого балета в один из последних дней театрального марафона стал настоящим подарком публике, который наделил вдохновением в преддверии нового театрального сезона.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Киноман», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Секреты кино». На фестивале организованы: показы шедевров киноиндустрии, лекции и встречи с именитыми режиссерами, мастер-классы по актерскому мастерству, монтажу, операторской работе и т.д. тематические викторины, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.
- 2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у посетителей и приглашенных экспертов мира кино, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Пообщаться с режиссёрами и разузнать их секреты, принять участие в кино-викторине и проверить свои знания, попробовать себя в роли оператора или актёра, посетить кинопоказ и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Киноман», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Секреты кино». На фестивале организованы: показы шедевров киноиндустрии, лекции и встречи с именитыми режиссерами, мастер-классы по актерскому мастерству, монтажу, операторской работе и т.д. тематические викторины, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Киноман» - мужчина или женщина 20-60 лет, увлекающийся киноискусством или работающий в данной сфере и ведущий размеренный образ жизни. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация о кино, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти коллег и единомышленников с разных уголков страны, делиться своим опытом и впечатлениями о новинках кино в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира кино другого контента (фото, видео, рецензии, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 11

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

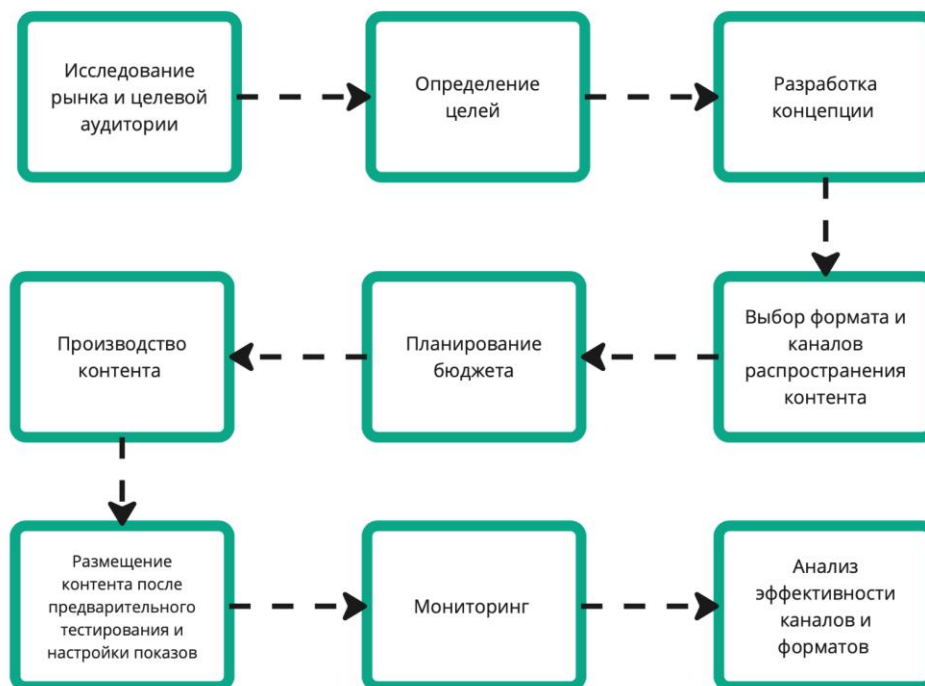
В медиаките принято размещать содержательную информацию, однако в этом документе никогда не будут опубликованы такие данные, как «_____».

1. Стоимость размещения рекламы на сайте
2. Количество уникальных посетителей сайта
3. Диаграммы о семейном положении и возрасте подписчиков
4. Отчеты по итогам социологического исследования
5. Домашние адреса подписчиков

Ответ: 5

Задание 2.

Какой технологический процесс зашифрован на схеме?



1. Разработка сценария ток-шоу
2. Проведение рекламной кампании
3. Продвижение сериала
4. Создание выпуска новостей
5. Публикация медиапроекта

Ответ: 2

Задание 3.

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

При планировании рекламной кампании медиаспециалисты анализируют 1)_____ показатели пользователей, например, возраст, пол, место проживания, а также их интересы и особенности медиапотребления, чтобы настроить рекламу на определенный целевой 2)_____.

Такой инструмент, как 3)_____, позволяет рекламодателям показывать контент только тем пользователям, которые могут быть заинтересованы в продукте.

Для эффективной кампании важно не только правильно выбрать, кому показывать рекламу, но и настроить 4)_____, так как от этого зависит, в какой период дня реклама будет показана и какое количество человек ее увидит. Особенно это актуально на телевидении, где есть специальные промежутки времени, когда наибольшее количество человек находится перед экранами, — 5)_____.

После запуска кампании специалисты отслеживают ключевые 6)_____: количество кликов, переходов и продаж. По результатам анализа вносятся корректировки в стратегию 7)_____, чтобы в будущем увеличить эффективность проводимой кампании.

Возможный ответ:

- 1) Социально-демографические
- 2) Сегмент/группу
- 3) Таргетинг
- 4) Время публикации/частоту/периодичность
- 5) Прайм-тайм
- 6) Показатели/метрики
- 7) Продвижения

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Ваша команда работает над продвижением социального проекта «Нет травле в социальных сетях», целью которого является борьба с травлей в интернете среди подростков. Авторы проекта проводят онлайн-лекции, организуют встречи с психологами, размещают советы, как вести себя, если столкнулись с поведением, которое оскорбляет вас или других людей. Ваша задача как специалиста по продвижению — увеличить количество подписчиков группы этого проекта в социальной сети «ВКонтакте». Вы договариваетесь с известным среди школьников музыкантом о размещении поста на его странице «ВКонтакте». Он обещает дать ссылки на ваш проект, а также рассказать о значимости проблемы.

Составьте концепцию поста на странице музыканта. 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: увеличить количество подписчиков группы проекта «Нет травле в социальных сетях» в социальной сети «ВКонтакте».
2. Формат: видеоролик о проблеме травли в социальных сетях. Видео будет сопровождаться авторской музыкой музыканта для создания эмоционального фона.
3. Видеоролик от первого лица, где музыкант рассказывает о том, как однажды он стал свидетелем травли в социальных сетях, но не вмешался, и как осознал важность действий в таких ситуациях. В ролике также могут появиться члены его группы, знакомые подписчикам. Важно вызвать доверие у подписчиков и привлечь их внимание к проблеме. Цветовая гамма — теплые оттенки, так как видео должно ассоциироваться с поддержкой и доверием. Вертикальный формат видео (9:16), чтобы оно выглядело органично в ленте социальных сетей. Разрешение видео — 1080p.
4. Длительность видео до 60 секунд. В описании к видео даны ссылки на проект «Нет травле в социальных сетях», а также упомянуты лекции и возможности обратиться за помощью в проект. Тон текста должен быть дружелюбным и поддерживающим, без агрессии или осуждения. Текст должен быть простым и доступным для восприятия подростковой аудиторией.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Маленький семейный магазин в Крыму занимается продажей продуктов из лаванды: эфирные масла, мыло, свечи, косметические наборы и сувениры. Владельцы хотят расширить зону продаж, отправляя товары по почте. Они обращаются к вам как к специалисту в сфере медиа, чтобы вы помогли составить концепцию продвижения их бренда и предложили план продвижения через социальные сети — создание аккаунта бренда с короткими вертикальным видео о продукции магазина.

Вы решаете начать с изучения целевой аудитории, которая предварительно была определена как молодые люди в возрасте 25–40 лет, которые работают, имеют собственное жилье. Для начала составляете портрет типичного представителя аудитории.

 Мария 28 лет Ялта замужем, есть ребенок учительница начальных классов	Интересы/увлечения/ хобби	Старается придерживаться здорового образа жизни, пользуется натуральной косметикой. Заботится о семье и очень хочет, чтобы в доме было уютно.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Забота о здоровье. Проведение времени в кругу семьи и родных. Особенно рада, что может рекомендовать знакомым производителей натуральной косметики.
	Потребности	Хочет, чтобы все члены семьи ели здоровую пищу и пользовались натуральными косметическими средствами. Хочет покупать продукцию, не боясь за ее качество. Очень любит покупать свечи, ароматические масла и сухоцветы для создания уютной обстановки дома.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 бы протестировали, какая именно продукция будет пользоваться спросом у целевой аудитории магазина. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Мария подписана в «Телеграме» на каналы любимых брендов натуральной косметики, где следит за новостями и скидками. Смотрит на RuTube советы по использованию натуральной косметики, рецепты с эфирными маслами, а также видео с распаковкой товаров. Подписана на рассылки по почте от любимых магазинов и сервисов с предложениями о скидках и акциях.

2. Работает в офисе полный рабочий день. Очень устает и хочет вечером расслабиться. Поэтому для нее важно создать в доме атмосферу уюта и спокойствия. Она беспокоится о своем здоровье, поэтому стремится пользоваться только натуральными косметическими средствами. Однако у нее не всегда есть время на выбор этих средств в магазине, поэтому ей удобнее заказывать продукцию по интернету.

3. Можно провести фокус-группы. Этот метод предполагает формат дискуссии, для которой приглашаются 6–10 представителей целевой аудитории. Важное место в этом исследовании будет занимать модератор, который будет соблюдать динамику обсуждений и следить, чтобы каждый участник имел возможность высказать свое мнение. Этот метод исследования часто используется для тестирования продукта, поскольку позволяет в режиме реального времени зафиксировать реакцию аудитории. Так, участникам исследования можно предложить протестировать продукцию (масла, свечи, косметику) и поделиться своими впечатлениями о качестве продукта и об упаковке.

Задание 6.

Журналистика – это ...

- А. общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через соответствующие средства (СМИ).
- Б. форма неличного представления и продвижения идей, товаров, услуг от имени какой-либо компании
- В. написание текста с целью рекламы или других форм маркетинга
- Г. процесс выпуска книг, газет, журналов и прочих произведений печати

Ответ: А

Задание 7.

Соотнесите виды текстов, относящихся к информационному жанру журналистики с характеристиками этих видов текстов.

Характеристики видов журналистского текста	Виды журналистского текста
А) Цель – передать только факты и основную информацию Б) Подача информации – по хронологии В) Сбор информации – обязательно побывать на месте события Г) Предмет – только событие Д) Предмет – событие или среда	1.Репортаж 2.Новостное сообщение

Ответ: А2, Б1, В1, Г2, Д1

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Поставленный в 1946 году Леонидом Лавровским балет на музыку Сергея Прокофьева «Ромео и Джульетта» долгие годы не сходит со сцены Большого театра. Однако сегодня знаменитый спектакль, в котором некогда блистала несравненная Уланова, способен скорее расстроить, нежели подарить действительно хороший вечер. Оркестр играет словно засыпая на ходу. В трактовке дирижера Копылова энергичная, с ярко выраженным ритмом, эмоциональная музыка Прокофьева превратилась в нечто вялое, расплывчатое и бесформенное. Повинуясь сонным взмахам дирижерской палочки танцуют и актеры: лениво, «в полноги», отбывая время на сцене как неизбежную повинность. Причем солисты работают немногим вдохновеннее кордебалета. Надежда Грачева (Джульетта), изображая в первых сценах ребячливую веселость своей героини, была в высшей степени неубедительна. Лишь редкие появления Меркуцио (К.Иванов) скрашивали безрадостную картину. Тонкий, живой и подвижный как юла, Меркуцио скорее походил на беспокойного Фигаро, чем на написанного Шекспиром «Вакха Вероны». Однако кто сказал, что Меркуцио обязательно должен быть грубым мужланом? От легендарного балета остались, по сути, лишь замечательные декорации Петра Вильямса. Остается только пожалеть, что сегодняшние актеры не в состоянии вдохнуть жизнь в великолепную картину талантливого художника.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Музыкальная шкатулка», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля классической музыки «Скрипичный ключ». На фестивале организованы: концертные программы ведущих музыкантов, оркестров и хоров, встречи с именитыми композиторами и мастер-классы от них, лекции по истории музыки, мастер-классы по игре на музыкальных инструментах, тематические викторины, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у посетителей и приглашенных экспертов мира музыки, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Пообщаться с музыкантами и композиторами и разузнать секреты их мастерства, принять участие в музыкальной-викторине и проверить свои знания, освоить азы игры на музыкальном инструменте, посетить лекцию по истории музыки и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Музыкальная шкатулка», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля классической музыки «Скрипичный ключ». На фестивале организованы: концертные программы ведущих музыкантов, оркестров и хоров, встречи с именитыми композиторами и мастер-классы от них, лекции по истории музыки, мастер-классы по игре на музыкальных инструментах, тематические викторины, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Музыкальная шкатулка» - мужчина или женщина 30-50 лет профессионально занимающийся музыкой или увлекающийся данной сферой и ведущий размеренный образ жизни. Привлекает таких пользователей: интересная

новая информация о музыке, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти коллег и единомышленников с разных уголков страны, делиться своим творчеством и общаться на профессиональные темы в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира музыки и другого контента (фото, видео, лонгриды по истории музыки и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 12

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

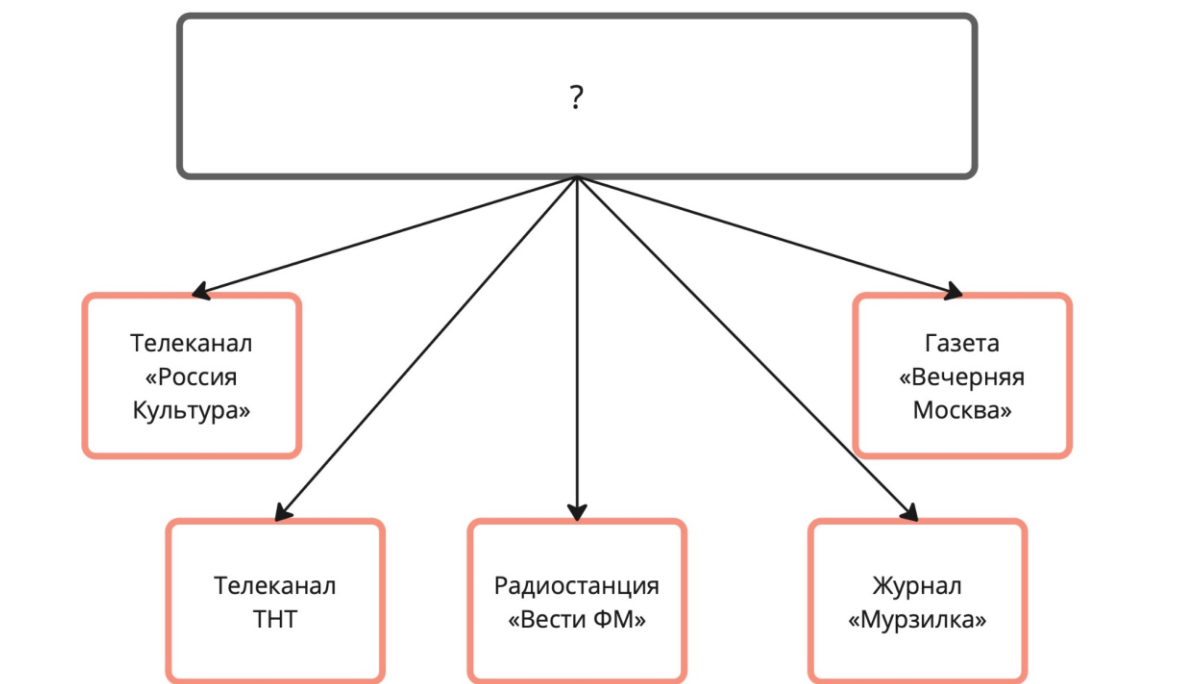
« _____ » — изображение на фотопленке, на котором светлые участки выглядят темными, а темные — светлыми.

1. Баланс белого
2. Позитив
3. Негатив
4. Экспозиция
5. Фокус

Ответ: 3

Задание 2.

Каким термином можно объединить медиа, представленные на схеме?



1. Традиционные медиа
2. Новые медиа
3. Новостные медиа
4. Цифровые медиа
5. Социальные медиа

Ответ: 1

Задание 3.

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

В медиа важную роль играет процесс 1)_____, который помогает редакциям продумать публикации на неделю или месяц вперед. Сотрудники, в чьи должностные обязанности входит эта работа, обычно создают специальный документ — 2)_____, который включает в себя календарь публикаций, тематику и формат контента, платформу размещения и другие необходимые требования к публикациям.

При разработке коммуникационной 3)_____ важно определиться с тематикой и форматом контента. Для привлечения аудитории и удержания ее 4)_____ бывает важно соблюдать баланс между 5)_____ и развлекательными материалами. Кроме того, нужно учитывать 6)_____, так как назойливое размещение контента может способствовать оттоку аудитории. Помимо размещения информации в социальных сетях и на сайте, многие редакции делают недельную или ежемесячную 7)_____ на личные почты подписчиков.

Возможный ответ:

- 1) Планирования
- 2) Контент-план
- 3) Стратегии/деятельности
- 4) Внимания/интереса
- 5) Информационными
- 6) Частоту публикаций/периодичность
- 7) Email-рассылку

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете над продвижением настольной игры по профориентации для школьников «Моя профессия, моя карьера». Игра помогает подросткам определить сферу своих интересов, чтобы в дальнейшем сделать осознанный выбор при поступлении в вуз. Ваша цель — повысить осведомленность об игре среди педагогов и родителей и, как следствие, увеличить количество покупок в интернет-магазине. Учитель-блогер согласился бесплатно разместить информацию о вашей игре в своем канале в «Телеграме». Среди его подписчиков есть учителя и школьники, которые готовятся сдавать ЕГЭ по химии, биологии и физике.

Составьте концепцию рекламного поста в канале учителя. 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: повысить осведомленность об игре «Моя профессия, моя карьера» среди педагогов и родителей, что должно привести к увеличению числа покупок игры в интернет-магазине.
2. Текстовый пост с несколькими фотографиями, где изображена коробка, игровое поле и основные элементы игры.
3. На 1-й фотографии — коробка с названием и логотипом игры. На 2-й фотографии важно показать карточки или задания из игры, чтобы подписчики визуально представляли механику игры. 3-е изображение — фотография детей и учителя, который объясняет им правила игры. Это поможет создать впечатление, что игру можно использовать в образовательном процессе. Цвета фотографий должны быть спокойные и приятные для восприятия, может быть использована основная цветовая гамма игры. Все картинки горизонтальные, формат 16:9, размер 1920×1080 пикселей.
4. В начале поста блогер кратко объясняет, что такое игра «Моя профессия, моя карьера» и как она помогает подросткам определить свои интересы и выбрать подходящий вуз. Блогер упоминает, что игра особенно полезна для учеников, которые готовятся к ЕГЭ по биологии, химии и физики. Объем текстового поста — не более 500 символов. Текст должен быть написан в дружелюбном и вдохновляющем тоне. Обращение к педагогам и родителям должно быть уверенным и доброжелательным с акцентом на то, что игра может стать важным инструментом в учебе и профориентации.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Команда молодых предпринимателей запустила стартап. Они предлагают купить специальные системы для выращивания овощей и зелени, которые легко устанавливаются на балконе или окне в квартире. К этой системе есть мобильное приложение, которое напоминает о поливе и с помощью искусственного интеллекта анализирует по фотографии качество почвы, дает рекомендации по уходу за растениями. Авторы рассчитывают, что их проект будет пользоваться спросом среди людей 30–50 лет, которые заботятся о своем здоровье, следят за качеством продуктов, а также активно выращивают растения дома.

Предприниматели находятся в данный момент на этапе разработки стратегии продвижения мобильного приложения, чтобы как можно больше людей узнали об их проекте и приобрели платную подписку к расширенным функциям приложения. Для понимания своей целевой аудитории они составили портрет типичного пользователя.

 Анастасия 38 лет Санкт-Петербург замужем, мать двоих детей: 10 и 6 лет преподаватель в вузе	Интересы/увлечения/хобби	Занимается йогой. Все свободное время тратит на детей: делает с ними домашнее задание и водит на дополнительные занятия. Каждое утро готовит мужу и детям обед, который дает с собой в контейнерах. Старается вести здоровый образ жизни.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Здоровье семьи, спорт, правильный образ жизни, экономия денег.
	Потребности	Стремится экономить на покупке свежих и качественных продуктов, поэтому приобрела систему для выращивания овощей и зелени дома. Часто забывает поливать растения, поэтому хотела бы, чтобы были регулярные напоминания и автоматическая поливка. Для нее важно, чтобы система была максимально удобной в использовании и автоматизировала уход за растениями. Ожидает, что мобильное приложение не только будет напоминать о поливе, но и предоставлять полезные советы по уходу за другими растениями, которые она выращивает у себя дома.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 могли бы протестировать продукт после выхода, чтобы получить обратную связь пользователей и понять, каких функций не хватает, что нужно доработать. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает блоги и статьи на тему здорового образа жизни, экологии и устойчивого потребления. Слушает подкасты о природе, экологии, новинках агротехники, здоровом питании. Смотрит видеоуроки и мастер-классы о выращивании растений дома, пользуется приложениями, которые облегчают уход за растениями.

2. Недостаток времени на полноценный уход за растениями, особенно с учетом графика работы и семейных обязанностей. Проблемы с выращиванием в квартирных условиях, включая недостаток освещения, сложности ухода, подбор условий. Переживает о качестве покупных овощей и зелени.

3. Онлайн-анкетирование. После выхода продукта можно встроить в приложение короткие опросы или всплывающие формы обратной связи, которые предложат пользователям оценить свой опыт и сообщить, каких возможностей, по их мнению, не хватает. Это удобный и ненавязчивый способ собирать обратную связь от активных пользователей, которые уже используют продукт и могут оценить его на основе реального опыта. Этот метод позволит понять, что нравится большинству пользователей, что вызывает затруднения, а также выявить наиболее востребованные функции и те, которых не хватает. Анкетирование поможет в дальнейшем развитии и улучшении продукта.

Задание 6.

Журналист – это ...

- А. лицо телевидения и радио, который представляет и предлагает новостной материал аудитории.
- Б. лицо, которое занимается созданием, редактированием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного СМИ и связано с этой редакцией трудовыми или иными договорными отношениями
- В. человек, осуществляющий чтение информационных, политических, художественных, рекламных материалов у микрофона в прямом эфире и в записи
- Г. человек, который общается со СМИ и общественностью, представляя интересы частного лица или компании

Ответ: Б

Задание 7.

Сопоставьте вид журналистского текста с его жанром.

Виды журналистских текстов	Жанры
А) Авторская колонка Б) Репортаж В) Заметка Г) Статья Д) Отчёт	1. Информационные жанры 2. Аналитические жанры

Ответ: А2, Б1, В1, Г2, Д1

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

Премьера "Аиды" в Большом в который раз демонстрирует торжество бутафорского великолепия, свойственное оперным постановкам этого театра. Прозрачный занавес из черного тюля с нарисованными на нем золотыми иероглифами, взмывая ввысь в начале спектакля, обнажает сооруженный на сцене мир Древнего Египта: его колонны и пирамиды, саркофаги и гробницы.

Действие разворачивается величаво-неторопливо, и его неспешная пышность начинает утомлять уже к середине первого акта. Некоторое оживление вносит сцена посвящения Радамеса (Майсурадзе) в касту жрецов (точнее - священные танцы жрецов), а также сцена встречи победителей, решенная со всей возможной пышностью. Среди толпы плененных рабов выделяется Амоноросо (Веденеев) - царь эфиопский, чья благородно-величественная осанка и внушительный голос не оставляют сомнений - перед нами подлинный повелитель, непреклонный и решительный. О Е.Зеленской, исполнительнице роли рабыни Аиды -

дочери Амоноросо - можно сказать лишь то, что она была настолько трепетна и робка, что это отразилось даже на звучании ее голоса (актриса пела невнятно и невыразительно). Остается лишь надеяться, что зрителям, пришедшим на другие спектакли, повезет больше.

Подлинным героем этой постановки стал хор, певший сильно, мощно, слаженно.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Путешественник», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Открой этот мир». На фестивале организованы: встречи со знаменитыми путешественниками и тревел-блогерами, фуд-корт «Вкусы народов мира» и мастер-классы по приготовлению экзотических блюд, розыгрыш экскурсионных туров, фотовыставка, тематические викторины, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у посетителей и приглашенных экспертов мира путешествий, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Пообщаться с путешественниками и блогерами, разузнать их секреты путешествий и интересные истории, поделиться ими с читателями, принять участие в викторине и проверить свои знания, принять участие в мастер-классе по приготовлению блюд и опубликовать самые лучшие рецепты и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Путешественник», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Открой этот мир». На фестивале организованы: встречи со знаменитыми путешественниками и тревел-блогерами, фуд-корт «Вкусы народов мира» и мастер-классы по приготовлению экзотических блюд, розыгрыш экскурсионных туров, фотовыставка, тематические викторины, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего

издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Путешественник» - мужчина или женщина 20-60 лет, увлекающийся путешествиями, историей и культурой других стран и ведущий активный образ жизни. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация о путешествиях, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников с разных уголков страны, делиться своими впечатлениями и лайфхаками из путешествий в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира путешествий и другого контента (фото, видео, лонгриды с интересными фактами о разных странах и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 13

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

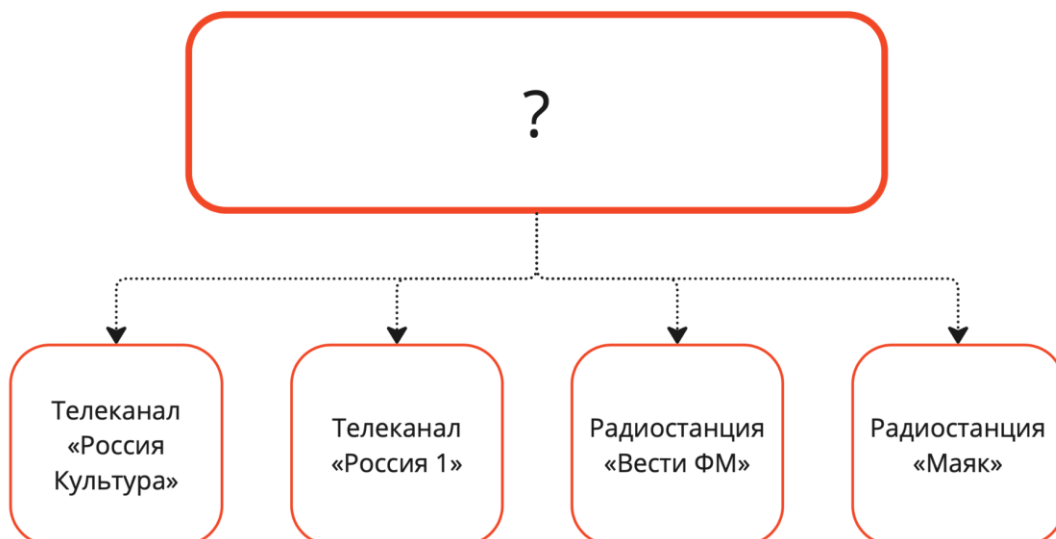
« _____ » — это процесс распределения материалов в сетке вещания, который позволяет запланировать время выхода контента в эфир.

1. Программирование эфира
2. Прайм-тайм
3. Эфирный стендап
4. Прямой эфир
5. Эфирное время

Ответ: 1

Задание 2.

Выберите название медиахолдинга, в чей состав входят следующие медиа:



1. Вечерняя Москва
2. ВГТРК
3. ТАСС
4. Газета «Метро»
5. ИД «Комсомольская правда»

Ответ: 2

Задание 3.

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

Отличительная особенность медиарынка заключается в работе на сдвоенном рынке товаров и 1) _____. Здесь одновременно создается медиаконтент и предоставляется доступ к аудитории. Ключевой ресурс, за который конкурируют все медиа, — это 2) _____ аудитории. Поэтому медиаспециалисты пытаются сделать наиболее привлекательный и интересный 3) _____, который позволит не только увеличить просмотры, но и повысить 4) _____ аудитории, то есть сделать так, чтобы люди возвращались к потреблению медиапродукта и были готовы рекомендовать его.

В медиасфере специалисты часто работают на проектной основе. Под определенный проект набирается 5) _____. Создатели контента получают оплату по контракту, который в некоторых случаях может предусматривать 6) _____ — отчисления автору с каждого проданного произведения (как правило, фиксированный процент).

Для финансирования медиапроектов применяются различные методы, одним из которых является 7) _____. Этот подход позволяет собирать средства на реализацию проекта через специальные платформы, где пользователи могут поддержать понравившиеся идеи автора.

Возможный ответ:

- 1) Медиаиндустрии/медиарынка
- 2) Внимание
- 3) Контент
- 4) Лояльность
- 5) Команда
- 6) Роялти
- 7) Краудфандинг

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете PR-специалистом в книжном издательстве. Ваша команда разрабатывает концепцию продвижения детских рассказов «Новогодняя звездочка». Главные герои этих рассказов — Маша и ее брат Миша — попадают в различные нелепые ситуации при подготовке к Новому году и Рождеству. Книга содержит красивые иллюстрации и может стать отличным подарком на новогодние праздники. Ваша цель — увеличить количество предзаказов этой книги через онлайн-магазин.

Информацию о книге вы договорились разместить в группе детского психолога в телеграм-канале, на который подписано более 250 тысяч человек. Аудитория этого канала — родители маленьких детей, которые ищут практические советы по воспитанию и развитию, и контент канала уже вызывает у них доверие.

Составьте концепцию рекламного поста в телеграм-канале. 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: увеличить количество предзаказов книги «Новогодняя звездочка» через онлайн-магазин.
2. Формат: текстовый пост с фотографиями обложки книги и нескольких ярких иллюстраций из рассказов.
3. На изображениях должна быть обложка книги «Новогодняя звездочка», а также одна-две иллюстрации из книги, где показаны главные герои Маша и Миша в праздничных ситуациях. Это поможет визуально заинтересовать родителей и дать понимание, как книга выглядит внутри. Изображения должны быть оформлены в праздничных оттенках: красный, зеленый, золотой, белый, чтобы вызвать ассоциации с Новым годом и Рождеством. Изображения должны быть в формате 16:9, размер 1080x1080 пикселей, чтобы в хорошем качестве отображаться в «Телеграме».
4. В текстовом сопровождении к фотографиям сначала кратко описывается содержание книги. Важно упомянуть, что книга станет замечательным подарком любому ребенку. В конце поста размещаются ссылки на предзаказ, а также промокод на бесплатную доставку. Текст должен быть написан в добром вдохновляющем тоне и создавать ощущение, что книга может помочь создать волшебную атмосферу и подарить радость детям в преддверии праздников. Объем текста — не более 500 символов.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете в школьном медиацентре, который занимается созданием и продвижением школьных медиапроектов. Один из них — это подкаст для подростков о модных трендах в одежде, аксессуарах, обуви и даже гаджетах, которые на сегодняшний день являются неотъемлемой частью жизни любого школьника. Цель проекта — знакомить подростков с миром моды и современных трендов, при этом развивая у них чувство стиля и уверенность в себе, а не просто рассказывая о модных новинках.

Вы планируете приглашать в подкаст дизайнеров и стилистов для обсуждения будущих трендов. И вам хотелось бы продумать темы для второго сезона. Для этого вам нужно понять, кого можно пригласить для участия в проекте и что сейчас действительно модно среди подростков. Для успешного запуска и продвижения проекта вам необходимо определить целевую аудиторию и протестировать гипотезы. В рамках этих целей вы составляете портрет типичного представителя целевой аудитории.

 Евдокия 15 лет Москва ученица 9-го класса	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="603 188 818 309">Интересы/увлечения/хобби</td> <td data-bbox="818 188 1374 309">Ей нравится делать украшения из бисера, потому что это дешевле, чем покупать у дизайнеров. Следит в социальных сетях за подростками, которые шьют одежду и делают украшения сами. Хотела бы пойти на курсы по дизайну одежды.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 309 818 394">Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</td> <td data-bbox="818 309 1374 394">1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 394 818 501">Ценности</td> <td data-bbox="818 394 1374 501">Любит все делать идеально. Хорошие отношения в семье. Успешная карьера.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 501 818 618">Потребности</td> <td data-bbox="818 501 1374 618">Хочет быть успешной, но не знает, какую профессию выбрать и куда сможет поступить. Хочет выглядеть модно среди своих одноклассников. Иногда не понимает, как сочетать одежду. Хочет следить за трендами.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 618 818 663">Что беспокоит</td> <td data-bbox="818 618 1374 663">2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 663 818 741">Метод исследования целевой аудитории</td> <td data-bbox="818 663 1374 741">3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> </table>	Интересы/увлечения/хобби	Ей нравится делать украшения из бисера, потому что это дешевле, чем покупать у дизайнеров. Следит в социальных сетях за подростками, которые шьют одежду и делают украшения сами. Хотела бы пойти на курсы по дизайну одежды.	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Ценности	Любит все делать идеально. Хорошие отношения в семье. Успешная карьера.	Потребности	Хочет быть успешной, но не знает, какую профессию выбрать и куда сможет поступить. Хочет выглядеть модно среди своих одноклассников. Иногда не понимает, как сочетать одежду. Хочет следить за трендами.	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Интересы/увлечения/хобби	Ей нравится делать украшения из бисера, потому что это дешевле, чем покупать у дизайнеров. Следит в социальных сетях за подростками, которые шьют одежду и делают украшения сами. Хотела бы пойти на курсы по дизайну одежды.												
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Ценности	Любит все делать идеально. Хорошие отношения в семье. Успешная карьера.												
Потребности	Хочет быть успешной, но не знает, какую профессию выбрать и куда сможет поступить. Хочет выглядеть модно среди своих одноклассников. Иногда не понимает, как сочетать одежду. Хочет следить за трендами.												
Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 протестировали бы, какие темы будут наиболее интересны подросткам. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Смотрит в социальной сети «Вконтакте» короткие видео о моде, лайфхаки по стилю и подбору аксессуаров, а также следит за новыми трендами, которые популярны среди подростков. Подписана в «Телеграме» на нескольких дизайнерах, которые создают одежду для подростков и молодежи. Смотрит блогеров, которые делают обзор на новинки в одежде, а также занимаются распаковкой товаров (одежда, косметика, гаджеты).

2. Иногда чувствует себя неуверенно. Хочет выглядеть модно и как-то выделяться, но не всегда может понять, подходят ли ей эти вещи, сочетаются ли они между собой. Также не может покупать себе все новинки, потому что родители не всегда поддерживают и понимают ее выбор одежды и стремление следовать модным трендам.

3. Анкетирование. Проведение количественного опроса среди учеников одной школы или в целом среди подросткового поколения. Анкету можно сделать в электронном формате через «Яндекс.Формы» и распространить по чатам среди учеников школы, а также разместить в социальных сетях. Вопросы будут о том, какие темы было бы интересно услышать в подкасте, какие тренды и дизайнеры интересуют подростков больше всего, кого они считают авторитетами в мире моды. Опрос поможет выявить наиболее популярные темы.

Задание 6.

Журналистский текст – это ...

- А. текст, в котором автор создаёт обобщенные образы, вкладывает свое отношение к описываемым событиям и героям.
- Б. целостное, законченное произведение на важную и интересную читателям тему, в основе которого лежат проверенные факты, а также отражение объективной и полной картины описываемого события, явления или тенденции
- В. текст, который стилизован под редакционную статью или новостной материал, но при этом его основная цель — продвижение продукта, услуги или бренда.
- Г. сообщение, обладающее смысловой и структурной завершенностью и связанностью всех входящих в него самостоятельных предложений и информативных частей — абзацев, глав, разделов, параграфов.

Ответ: Б

Задание 7.

Сопоставьте вид журналистского текста с его жанром.

Виды журналистских текстов	Жанры
А) Очерк Б) Статья В) Авторская колонка Г) Портрет Д) Фельетон	1. Аналитические жанры 2. Художественно-публицистические жанры

Ответ: А2, Б1, В1, Г2, Д2

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Трогательную историю о слепой дочери короля Рене Иоланте, живущей вдалеке от всего мира, Модест Ильич Чайковский позаимствовал у датского писателя Генриха Герца. Действие его одноактной драмы "Дочь короля Рене" происходит в горах Франции, но тех, кто ожидает увидеть на сцене живописные скалы и кручи Вогезов, ждет разочарование. Непонятно чем руководствовался Сергей Бархин, но созданный им красно-золотистый "замок", с росписями, изображающими вогезскую идиллию, скорее напоминает пряничный домик в стиле а-ля-русс. Костюмы же и вовсе трудно соотнести с какой бы то ни было эпохой (по крайней мере к XV веку они имеют весьма отдаленное отношение). Рассказ о сцениграфическом решении новой постановки "Иоланты" будет неполным без описания леса сине-красных колонн, ровными рядами стоящих на сцене. Сия чаща по всей видимости

должна символизировать непроходимые леса, оберегающие от незваных гостей уединенный замок Иоланты.

Музыкальная сторона постановки, к счастью, неадекватна бархинским декорациям. Хотя справедливости ради замечу, что пресловутый академический стиль исполнения порой вызывает не восхищение, а легкую скуку.

Среди актеров стоит отметить Е.Евсееву, чья улыбчивая, восторженная (пожалуй, даже излишне восторженная) Иоланта была нежна, проникновенна и трогательна. Финальный аккорд спектакля (всеобщая молитва Всевышнему, исцелившему слепую Иоланту) благодаря замечательной работе хора получился ярким и впечатляющим.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Поэт», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Мастер слова». На фестивале организованы: встречи со знаменитыми современными поэтами и критиками, поэтический конкурс и конкурс чтецов, лекции по истории отечественной и зарубежной поэзии, мастер-классы «Каждый может быть поэтом», тематические викторины, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у посетителей и приглашенных экспертов мира поэзии, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Пообщаться с поэтами и разузнать секреты поиска вдохновения, принять участие в викторине и проверить свои знания, принять участие в мастер-классе, самостоятельно написать стихотворение и поделиться секретами его написания с читателями, поучаствовать в конкурсе и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Поэт», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Мастер слова». На фестивале организованы: встречи со знаменитыми современными поэтами и критиками, поэтический конкурс и конкурс чтецов, лекции по истории отечественной и зарубежной поэзии, мастер-классы «Каждый может быть поэтом», тематические викторины, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Поэт» - мужчина или женщина 20-60 лет, увлекающийся миром поэзии или сам являющийся автором. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация о поэзии, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников с разных уголков страны, делиться своими произведениями и обсуждать новинки в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира поэзии и другого контента (фото, видео, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 14

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

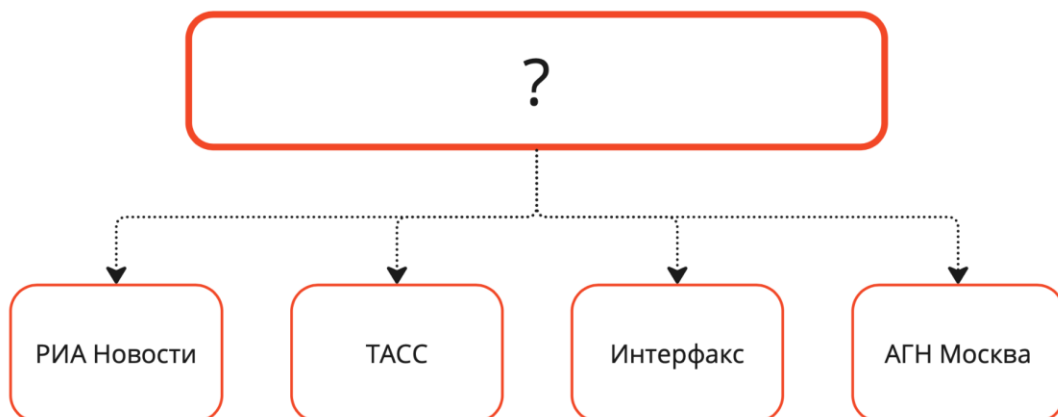
В середине 2000-х годов в России, как и во всем мире, происходит рост популярности «_____». Изначально они появились как площадки для общения и обмена информацией между людьми, объединенными хобби, интересами или местом учебы/работы.

1. Традиционных СМИ
2. Социальных сетей
3. Телеграм-каналов
4. Поисковых систем
5. Мессенджеров

Ответ: 2

Задание 2.

Каким термином можно объединить медиа, представленные на схеме?



1. Развлекательные СМИ
2. Незарегистрированные СМИ
3. Международные компании
4. Информационные агентства
5. Исследовательские СМИ

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.

Вас назначили руководителем отдела продвижения мобильного приложения для обработки фотографий. Вашей задачей является разработать 1) _____ приложения, а также решить, на каких каналах и в каких 2) _____ будете размещать рекламу. Для начала вам предстоит сформировать команду, в которую войдут следующие специалисты:

SMM-менеджеры — для ведения и продвижения аккаунтов бренда в социальных сетях и создания 3) _____ для этих площадок.

Таргетологи — для настройки рекламы на различные 4) _____ аудитории, то есть кому именно будут показаны сообщения.

Дизайнеры — для создания 5) _____ материалов, баннеров, анимаций и макетов рекламных объявлений.

Аналитики — для отслеживания ключевых 6) _____ эффективности рекламных кампаний, анализа данных и оптимизации стратегий продвижения.

PR-менеджеры — для организации взаимодействия с медиа, партнерами и лидерами мнений для увеличения 7) _____ и узнаваемости приложения.

Возможный ответ:

- 1) Стратегию продвижения
- 2) Форматах
- 3) Контента
- 4) Сегменты/группы
- 5) Визуальных/графических
- 6) Метрик/показателей
- 7) Охватов/скачиваний

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы продвигаете новый образовательный проект «История VR», приложение, которое в формате игры и с помощью технологий виртуальной реальности позволяет школьникам и студентам изучать историю России. Проект специально разрабатывался с целью сделать процесс изучения более разнообразным и мотивировать молодежь изучать историю. Ваша цель — провести информационную кампанию так, чтобы количество скачиваний игры увеличилось в три раза по сравнению с прошлым учебным годом.

Для начала вы решаете разместить информацию у блогера-учителя истории, который прославился своими короткими видеоуроками в социальной сети «ВКонтакте». Его подписчики — это молодежь, которая изучает историю, а также люди, которым нравится развлекательный формат подачи любопытных исторических фактов.

Составьте концепцию рекламного контента у блогера-учителя. 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:

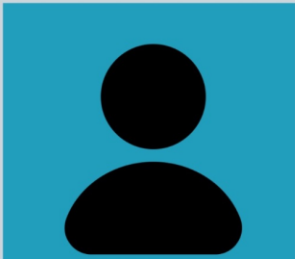
1. Цель: увеличить количество скачиваний приложения «История VR» в три раза по сравнению с прошлым учебным годом.
2. Формат: короткий вертикальный видеоролик, в котором учитель-блогер рассказывает о том, как приложение «История VR» помогает ему в преподавании и мотивирует школьников изучать историю России.
3. Видеоролик будет сочетать закадровый текст блогера с демонстрацией использования приложения. Основной посыл — можно использовать приложение в преподавании, где каждый ученик становится участником исторических событий. Нужно использовать насыщенные цвета, например, коричневый, золотой, темно-синий. Видео должно быть в вертикальном формате (9:16). Разрешение — не менее 1080p, чтобы изображение было четким и качественным.
4. В видео блогер объясняет, как VR-технология помогает изучать исторические события через игру. Он упоминает, что приложение позволяет школьникам «побывать» в исторических местах. В описании к видео должны быть ссылки на скачивание приложения и на главную страницу с игрой в режиме онлайн. Длительность видео 30-50 секунд.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы продвигаете линейку экологичных деревянных игрушек для детей. Игрушки создаются вручную из натуральных материалов. Ваш офлайн-магазин уже стал популярным, и теперь вы решаете выйти на онлайн-рынок и продавать игрушки через социальные сети.

Среди ваших покупателей — мамы, которые занимаются развитием детей, а также люди, которые выбирают игрушки в качестве подарков. В социальных сетях вы хотите попробовать создать для бренда такой образ, который подчеркнет ценность ваших игрушек как идеального подарка на все праздники. Вы предполагаете, что целевая аудитория — это люди в возрасте 28–40 лет. Однако до запуска основной кампании продвижения вы хотите протестировать вашу идею продавать игрушки онлайн и понять, будут ли пользователи покупать товары таким образом. С этой целью вы проводите исследование аудитории и составляете портрет ее типичного представителя.

 Марина 28 лет Санкт-Петербург замужем, есть сын	Интересы/увлечения/хобби	Все свободное время уделяет ребенку. Периодически проходит курсы от психологов о том, как правильно развивать ребенка. Много общается с другими родителями. Любит дарить подарки.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Семья, воспитание здорового и успешного ребенка. Качественные игрушки для ребенка.
	Потребности	Всегда старается покупать игрушки, которые будут не только безопасны, но и помогут ребенку развиваться в разных направлениях и будут соответствовать возрасту. Так как она общается со многими родителями, то хочет дарить уникальные и качественные продукты, которые понравятся другим.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 изучили бы востребованность деревянных игрушек среди целевой аудитории онлайн-магазина. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Подписана в «Телеграме» на каналы детских психологов и физиологов, где следит за рекомендациями по воспитанию ребенка. На RuTube смотрит видеобзоры игрушек, а также контент, связанный с развитием детей: рекомендации по воспитанию, различные советы по занятиям с детьми. В социальной сети «ВКонтакте» подписана на нескольких родителей, которые освещают свою жизнь и часто дают хорошие советы, где и какие вещи в интернете можно купить. Когда нужно купить подарок ребенку, часто подсматривает идеи в этих группах.

2. Беспокоится о том, что многие пластиковые игрушки могут содержать вредные вещества. Она ищет экологичные и безопасные для здоровья ребенка игрушки, изготовленные из натуральных материалов. Ее также волнует вопрос развития сына. Она хочет покупать только те игрушки, которые будут положительным образом сказываться на его эмоциональном и умственном развитии. Как у работающей мамы у нее не всегда есть время на посещение магазинов и долгий выбор игрушек, поэтому она часто делает заказы в интернете.

3. Анкетирование. Провести онлайн-опрос среди покупателей магазина, у которых есть карта лояльности, разместить ссылку на опрос на страницах магазина в социальных сетях. Проведение количественного опроса позволит протестировать гипотезу о востребованности деревянных игрушек среди целевой аудитории онлайн-магазина, о готовности потенциальной аудитории совершить покупки онлайн. Можно будет также задать вопросы о том, как люди совершают покупки в интернете, чтобы учесть модели

поведения потенциальных покупателей при продвижении продукции детских игрушек онлайн.

Задание 6.

Социальная сеть – это ...

- А. это площадка в интернете, которая позволяет зарегистрированным на ней пользователям размещать информацию о себе и общаться между собой, устанавливая социальные связи
- Б. совокупность информационных ресурсов, размещённых в интернете
- В. совокупность всех интернет-площадок, на которых пользователи устанавливают коммуникацию друг с другом и производят собственный контент
- Г. сетевой дневник, записи в котором могут содержать текст, иллюстрации или мультимедиа, который заполняется одним или несколькими авторами

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте вид журналистского текста с его жанром.

Виды журналистских текстов	Жанры
А) Портрет Б) Заметка В) Репортаж Г) Интервью Д) Фельетон	1) Художественно-публицистические жанры 2) Информационный жанр

Ответ: А1, Б2, В2, Г2, Д1

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Я свое дело люблю и уважаю»

Николай Цискаридзе о балете "Щелкунчик" на сцене Государственного Кремлевского дворца в преддверии новогодних праздников и гордости за своих учеников.

— *Близится декабрь, а значит, наступает "время Щелкунчика". 18, 19 декабря в Кремле зрители увидят на сцене выступления учеников Академии русского балета имени Вагановой. Вы всегда очень основательно к этому готовитесь. Что ждет зрителей в Кремле, какие неизвестные стороны знаменитого на весь мир балета готовите?*

— Самое главное — это встреча с новыми исполнителями, новым поколением, которое через полгода пойдет работать в театры. И наш спектакль это, прежде всего, смотр завтрашнего состава театров. Все, кто танцевал "Щелкунчик" за эти годы и выпустился из

Академии, уже ведут спектакли в Большом и Мариинском театрах. Двенадцатый год я возглавляю Академию, и двенадцатый год афиша — это мои ученики. Я безумно счастлив. А для тех, кто ходит на спектакли постоянно — это возможность увидеть новые лица, запомнить новые имена и, может быть, следить за их будущим.

— Как часто ходите сами на балет или в театр как зритель? Что из увиденного за последнее время Вас приятно удивило?

— Я бываю на спектаклях, особенно, когда меня приглашают мои ученики. В этом случае я просто не могу не пойти. С удовольствием смотрю их работы. Мне безумно понравилось состояние труппы театра имени Леонида Якобсона, когда я весной ходил на их программу с балетами Вячеслава Самодурова и Леонида Якобсона. Это, прежде всего, потрясающая педагогическо-репетиторская работа. Ведь основная часть труппы — выпускники Академии, которые выпускались при мне, я знаю их потенциал, их возможности. И я был очень счастлив, когда увидел такую профессиональную работу.

— Вы уже двенадцатый год на ответственном посту ректора Академии Русского балета имени А.Я. Вагановой. Пройден Вами лично и Академией большой путь. Что в профессии педагога оказалось для вас самым сложным?

— Каждый новый набор — это новые люди. Поэтому каждый раз все по-разному. Не могу сказать, что это сложно. Профессия педагога заключается в том, что ты занимаешься не собой, а другим человеком. А эти люди разные.

Ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Индия сегодня», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «День Индии». На фестивале организованы: музыкальные и танцевальные представления, индийская ярмарка, кулинарные мастер-классы, показ болливудского кино, зоны на открытом воздухе для практик медитации и йоги, праздник «Холи», фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у посетителей и приглашенных экспертов мира театра, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Посетить выступления творческих коллективов и показ индийского кино, принять участие в мастер-классах, присоединиться к занятиям по йоге и медитации и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Индия сегодня», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «День Индии». На фестивале организованы: музыкальные и танцевальные представления, индийская ярмарка, кулинарные мастер-классы, показ голливудского кино, зоны на открытом воздухе для практик медитации и йоги, праздник «Холи», фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Индия сегодня» - мужчина или женщина 20-60 лет, увлекающийся культурой и традициями Индии. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация об Индии, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников с разных уголков страны и общаться с ними в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира Индийской культуры и другого контента (фото, видео, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 15

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

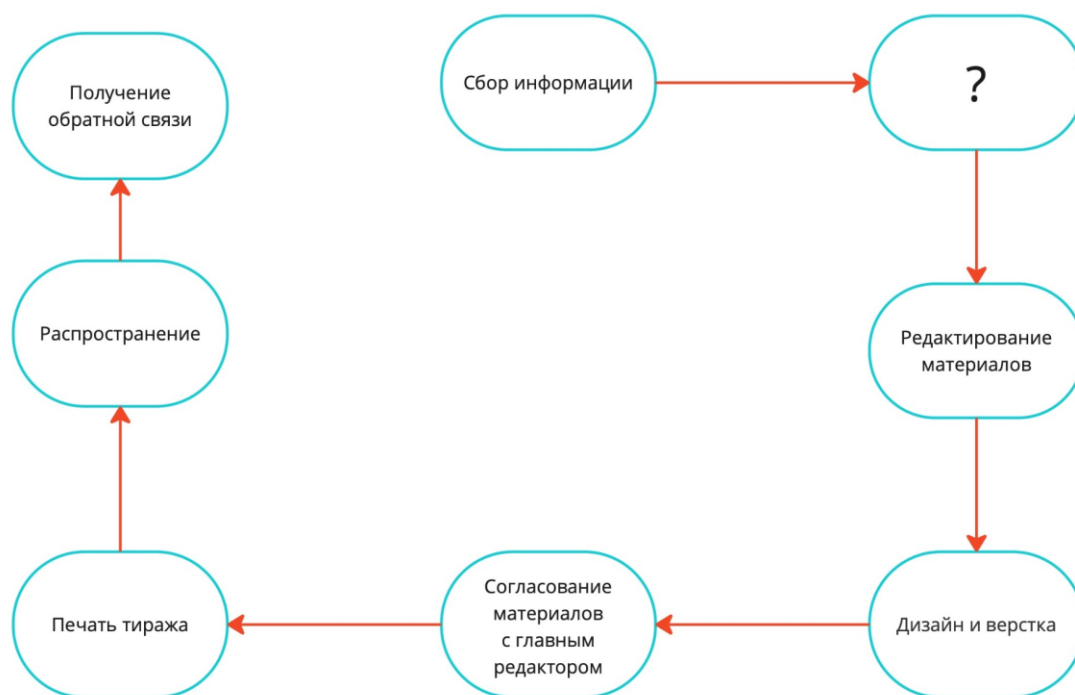
« _____ » — это информация или медиаматериалы, которые созданы для размещения и использования на различных медиаплатформах, таких как веб-сайты, приложения, социальные медиа, телевидение, радио и другие.

1. Блог
2. Реклама
3. Контент
4. Новость
5. Подкаст

Ответ: 3

Задание 2.

Какой этап технологического процесса создания журнала зашифрован на схеме?



1. Продвижение
2. Написание материалов
3. Исследование аудитории
4. Корректра
5. Формирование редакции

Ответ: 2

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 разработки идеи и 1)_____. Она включает в себя определение целевой 2)_____, темы и жанра подкаста, формата и стиля подачи материала, а также структуру эпизодов, регулярность выпусков и 3)_____ каждого выпуска. В среднем подкасты длятся от 30 минут до 1 часа.

Запись эпизодов подкаста требует использования качественного оборудования: 4)_____, наушников и аудиоинтерфейсов. Запись должна проводиться в тихом и акустически подготовленном помещении, чтобы минимизировать 5)_____ и улучшить качество звука. Тем не менее после завершения записи подкаст все равно необходимо 6)_____, чтобы убрать лишние звуки и улучшить звучание в целом. Это можно сделать в специальных 7)_____.

Возможный ответ:

- 1) Концепции
- 2) Аудитории
- 3) Продолжительность/хронометраж
- 4) Микрофонов
- 5) Фоновый шум
- 6) Отредактировать/смонтировать
- 7) Программах/сервисах

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в пресс-службе компании «Настоящие елки», которая занимается продажей елей и сосен к новогодним праздникам. Компания молодая, это ее первый год на рынке. К приближающимся праздникам руководство ставит перед вами задачу прорекламировать интернет-магазин компании и службу доставки деревьев на дом. Своей целевой аудиторией вы видите людей от 40 до 70 лет, которым либо некогда ходить по елочным базарам в силу занятости на работе и дома, либо тяжело в силу возраста везти ель домой самостоятельно.

Чтобы увеличить охват потенциальной аудитории, вы решили договориться с небольшой компанией по производству елочных игрушек «Фабрика деда Мороза», чтобы за определенный процент с прибыли продавать сразу готовые композиции: ели, украшенные различными вариантами наборов игрушек. Компании это выгодно, так как у нее нет собственной доставки из-за небольшого производства. Группа «Фабрика Деда Мороза» в социальной сети «ВКонтакте» насчитывает более 10 тысяч подписчиков, поэтому рекламу совместного товара вы договорились размещать у них с переходом в интернет-магазин компании «Настоящие елки».

Составьте концепцию рекламного поста в группе «Фабрика Деда Мороза». 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: увеличить охват потенциальной аудитории, предложить вариативность продукции, а, следовательно, разную ценовую политику, что в конечном итоге должно повлиять на увеличение прибыли.
2. Формат: карусель из фото с сопроводительным текстом и ссылкой на сайт интернет-магазина компании «Настоящие елки».
3. Яркие качественные фотографии уже украшенных разными наборами игрушек елей в традиционных новогодних цветах. Елки должны быть сняты в новогодних интерьерах. Фото должны быть яркими и красочными. Размер фотографий — не менее 400х400 пикселей.
4. Структура поста состоит из 3-х фото в карусели и короткого сопроводительного текста. Пост начинается с описания предложения и сопровождается ссылкой на главную страницу интернет-магазина и ярким призывом к действию. У каждой фотографии из карусели — ель с игрушками — должно быть свое название и номер слота в интернет-магазин «Настоящие елки», где продается конкретно этот вариант.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете в крупном дизайнерском агентстве, специализирующемся на полиграфической продукции премиального характера. Ваше руководство собирается расширить аудиторию за счет создания платформы, на которой все желающие могут самостоятельно разработать дизайн и создать макет небольших и простых полиграфических продуктов: открыток, брошюр, календарей и т.д. Агентство в свою очередь просто напечатает готовую продукцию. Авторы идеи планируют, что это повысит приток аудитории, которой не нужны продукты со сложным дизайном и макетом и которая сможет быстро и легко сделать собственный проект без помощи специалистов за небольшие деньги и на платформе агентства. Вам нужно провести исследование, чтобы понять, насколько это будет востребовано массовой аудиторией, и составить портрет типичного представителя целевой аудитории.



Интересы/увлечения/ хобби	Увлекается спортивным ориентированием и велоспортом. Вместе с группой друзей-энтузиастов организуют велофестиваль. Владелец собаки. Подписан на различные издания, группы и страницы автомобильной тематики.
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Ценности	Саморазвитие, поддержание физической формы, семья и друзья.
Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Что беспокоит	Приходится тратить много денег на печать и дизайн брошюр и других материалов для велофестиваля. Общение с дизайнерами вызывает у него сложности. Волнуется, что на работе повышение дадут не ему, а другому коллеге, и тот займет должность, к которой он стремится.
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы могли бы получить обратную связь от пользователей платформы, понять, насколько она удобна в использовании, каких функций не хватает и какие есть недочеты. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Подписан на группы автотоспорта в социальной сети «ВКонтакте», каналы про автомобильные новости и новости спорта, каналы для маркетологов и управленцев в «Телеграме», регулярно смотрит автоблогеров на видеохостингах. Учится онлайн на курсах «Нетологии» по менеджменту, подписан на электронный журнал «Автомобили».
2. Ему нужно максимально сэкономить на печати брошюр и других материалов для велофестиваля. Он не хочет прибегать к помощи дизайнеров, так как может сделать простой дизайн сам. Он хочет получить готовую полиграфическую продукцию в короткие сроки.
3. Онлайн-анкетирование. После выхода продукта можно разместить на платформе короткий опрос или всплывающую форму обратной связи, которые предложат пользователям оценить свой опыт и сообщить, каких возможностей, по их мнению, не хватает. Это удобный и ненавязчивый способ собирать обратную связь от активных пользователей, которые уже используют продукт и могут оценить его на основе реального опыта. Этот метод позволит понять, что нравится большинству пользователей, что вызывает затруднения, а также выявить наиболее востребованные функции и те, которых не хватает. Анкетирование поможет в дальнейшем развитии и улучшении продукта.

Задание 6.

Социальные медиа – это ...

- А) это площадка в интернете, которая позволяет зарегистрированным на ней пользователям размещать информацию о себе и общаться между собой, устанавливая социальные связи
- Б) совокупность информационных ресурсов, размещённых в интернете
- В) совокупность всех интернет-площадок, на базе которых возможно осуществление социального сетевого взаимодействия и которые предназначены для обмена информацией различного формата
- Г) сетевой дневник, записи в котором могут содержать текст, иллюстрации или мультимедиа, который заполняется одним или несколькими авторами

Ответ: В

Задание 7.

Укажите критерии, которым должно соответствовать событие, чтобы с наибольшей вероятностью стать новостью

- А) однозначность
- Б) значимость

- В) масштабность
- Г) повседневность
- Д) необычность

Ответ: Б, В, Д

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«"Любовь к трем апельсинам" - комическая опера. Ей обязан своим появлением чудесный задорный марш-шестие Прокофьева, покоривший все концертные эстрады Европы. Сам композитор (он же автор либретто, навеянного сказкой Гоцци) величал эту оперу "легковеселой". Чего здесь только нет: выпренные Трагики, задумчивые Лирики и бесшабашные Комики, нелепые Чудаки и безнадежные Пустоголовые; персонажи итальянской комедии дель арте, маги и ведьмы и, наконец, три волшеббно-огромных красочно-оранжевых апельсина, в одном из которых принц Тарталья (С.Гайдей) находит свою любовь - принцессу Нинетту (О.Ломова).

Вокальные достижения нынешних исполнителей Большого театра далеки от совершенства, поэтому упор создателей спектакля на сценографию вполне объясним. Не случайно художником-постановщиком приглашен такой мастер театрального эффекта, как Олег Шейнцис (вспомним изобретательность оформления постановок Ленкома). Он и спасает с размахом задуманное зрелище, поставленное под угрозу отсутствием сильных голосов и безбожно-плохой дикцией вокалистов. Невероятное количество и разнообразие костюмов, включая комично-бесформенные одеяния всевозможной нечисти или изысканно-кружевной белый передничек, стыдливо прикрывающий кустодиевские формы великанши Кухарки (басовая партия!) в исполнении В.Кирноса, восхищают разгулом фантазии и заставляют приглядываться к деталям. Не обходится и без столь любимых Шейнцисом взрывов, кои случаются внезапно, громко и... глаз не оторвать! По сцене разгуливает, вернее сказать, разъезжает огромная серая крыса-электромобиль с мерцающими красными глазами и приоткрывающейся пастью. Всего не перескажешь. Заметим только, что выбрав Шейнциса, Большой театр и режиссер из Великобритании П. Устинов, тоже приглашенный на постановку, не прогадали. В такие три апельсина влюбиться стоит!»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Театрал», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Неделя театра». На фестивале организованы: ежедневный показ лучших театральных постановок сезона, встречи со знаменитыми современными режиссёрами, постановщиками и актерами, мастер-класс по актерскому мастерству, лекции по истории российского театра, выставка легендарных костюмов, фотовыставка, тематические викторины, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у посетителей и приглашенных экспертов мира театра, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Пообщаться с актерами и постановщиками, посетить спектакли, принять участие в викторине и проверить свои знания, принять участие в мастер-классе, посетить выставку и поделиться ценными кадрами с читателями, и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Театрал», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Неделя театра». На фестивале организованы: ежедневный показ лучших театральных постановок сезона, встречи со знаменитыми современными режиссёрами, постановщиками и актерами, мастер-класс по актерскому мастерству, лекции по истории российского театра, выставка легендарных костюмов, фотовыставка, тематические викторины, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Театрал» - мужчина или женщина 40-60 лет, увлекающийся миром театра и ведущий размеренный образ жизни. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация о театре, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников с разных уголков страны, делиться впечатлениями от постановок, читать рецензии и обсуждать новости театрального мира в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира театра и другого контента (фото, видео, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 16

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

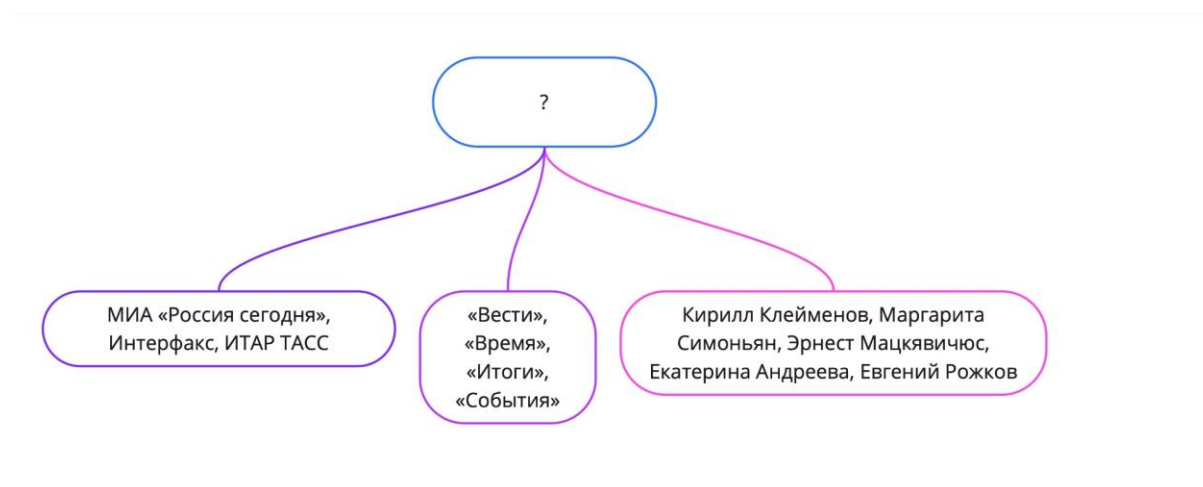
«_____» — это процесс оформления текста для публикации в печатном или электронном виде. Проще говоря, это организация текста на странице, чтобы он был удобным для чтения и привлекательным для аудитории.

1. Редактура
2. Печать тиража
3. Верстка
4. Дизайн
5. Корректурa

Ответ: 3

Задание 2.

Какой информационный жанр журналистики зашифрован на схеме?



1. Корреспонденция
2. Интервью
3. Пресс-релиз
4. Новости
5. Зарисовка

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.

Для того чтобы провести прямой видеозэфир в сети, нужно знать ряд необходимых правил. Во-первых, нужно подготовить 1)_____. Не обязательно строго его придерживаться, но это поможет ориентироваться во время эфира. Во-вторых, важно заранее настроить 2)_____ и звук, проверить скорость 3)_____ (не менее 10 Мбит/сек). Для записи звука лучше использовать 4)_____. Далее следует позаботиться о хорошем 5)_____. Подойдет софтбокс, круговая лампа или что-то подобное: не стоит полагаться только на дневной или комнатный свет. Также проверьте, чтобы задний 6)_____ не был перегружен лишними

предметами. Ну и наконец, подберите комфортную одежду. Не рекомендуется надевать вещи 7) _____, так как на видео они будут рябить.

Возможный ответ:

- 1) Сценарий
- 2) Камеру
- 3) Интернета/Интернет-соединения
- 4) Петличку/петличный микрофон
- 5) Освещении
- 6) Фон
- 7) В мелкую полоску

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете PR-менеджером в рекламном агентстве. К вам в агентство обращается владелец магазина матрешек «Матрешка-Лэнд». Магазин столкнулся с падением продаж, и владелец хочет привлечь больше покупателей, особенно среди туристов и коллекционеров предметов народного творчества. Ваша задача: разработать эффективную рекламную кампанию для увеличения продаж матрешек, повысив узнаваемость бренда и привлекая целевую аудиторию.

Целевая аудитория магазина: туристы, интересующиеся русской культурой, ищущие оригинальные сувениры в поездках; коллекционеры и любители народного творчества. В качестве каналов продвижения магазина вы выбираете социальную сеть «ВКонтакте», так как там можно найти все сегменты обозначенной аудитории. Вы планируете запустить таргетированную рекламу, которая будет высвечиваться в лентах у представителей перечисленных сегментов аудитории.

Составьте концепцию рекламы. 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: увеличить количество продаж в магазине за счет притока покупателей, повысить популярность магазина среди туристов и коллекционеров народного искусства.
2. Формат: фотография/картинка с сопроводительным текстом и ссылкой на сайт магазина «Матрешка-Лэнд».
3. Изображение с ассортиментом магазина, самые интересные и яркие куклы-матрешки. Красочные цвета. И надпись с названием магазина. Используется фирменный шрифт. Квадратная фотография. Текст на изображении должен занимать не более 20% от общей площади фотографии.
4. В сопроводительном тексте должна быть ссылка на страницу сайта магазина, яркий призыв посетить магазин и посмотреть на матрешку своими глазами. В конце текста, помимо ссылки на сайт, можно указать адрес, по которому находится магазин. Объем текста — не более 50 слов.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете специалистом по связям с общественностью в развивающейся компании, занимающейся разработкой компьютерных игр. С нового года компания собирается выставить на рынок новую игру по географии для учеников 7–8 классов. Чтобы игра была полезной и могла помочь учащимся подтянуть предмет, разработчикам нужно понимать, какие дефициты в изучении географии есть у потенциальных пользователей, какие направления в рамках темы им даются сложнее всего.

Вас просят организовать исследование потенциальной аудитории, охватив как можно большее количество школьников 7–8 классов. В рамках исследования аудитории вы составляете портрет ее типичного представителя.

	Интересы/увлечения/хобби	Увлекается ездой на самокате, любит путешествовать с друзьями и семьей, имеет спортивный разряд по плаванию.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Образование, семья, друзья, спорт.
	Потребности	Хорошо подготовиться к ОГЭ по географии. Планирует в будущем стать картографом. Старается регулярно заниматься спортом, быть лидером в своей компании друзей.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 изучили бы потенциальный интерес аудитории к таким играм и могли бы понять тематические направления и цену, которую аудитория готова платить. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Подписан на группы тревел-блогеров в социальной сети «ВКонтакте». Подписан на страницы о путешествиях по России и миру. Смотрит сериалы и фильмы в онлайн-кинотеатре IVI. Слушает образовательные подкасты по подготовке к ОГЭ.

2. Переживает, что плохо сдаст ОГЭ. Из-за высокой нагрузки на учебе у него не получается часто заниматься плаванием и путешествовать. Боится потерять авторитет в компании друзей.

3. Анкетирование. Это метод сбора данных, который включает в себя разработку и распространение опросников среди целевой аудитории. Вопросы могут быть как закрытые, так и открытые. Опрос можно сделать в онлайн-формате с помощью специальных форм. Данный метод позволит охватить как можно больше респондентов из числа потенциальной аудитории, что и нужно для понимания дефицитов и потребностей будущих пользователей образовательной игры.

Задание 6.

Целевая аудитория – это ...

- А. это пользователи, которым может быть интересен ваш контент и на реакцию которых рассчитана стратегия
- Б. аудитория, которая использует товары и услуги, но сама не принимает решение об их покупках
- В. люди, которые непосредственно принимают решение о покупке
- Г. пользователи, которые пришли на сайт по "теплым" поисковым запросам

Ответ: А

Задание 7.

Укажите вопросы, входящие в «формулу Квинтилиана».

- А) Где?
- Б) Во сколько?
- В) Каким образом?
- Г) Кому?
- Д) Кем?
- Е) Когда?

Ответ: А, В, Е

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Музыка Пуни тяжеловесна и однообразна. Складывается ощущение, что она написана скорее в расчете на неторопливо – величественную поступь оперного хора, нежели на легкие шаги кордебалета. Сюжет либретто прост до примитивности и одновременно нелеп. Все происходящее на наших глазах есть плод воображения, сказочные видения, пригрезившиеся молодому англичанину во сне. Однако количество деталей, накрученных вокруг этой фантастической истории, превосходит всякое понимание. Мумии оживают и встают из саркофагов; добропорядочные английские подданные превращаются в египтян; дочь фараона Аспиччия, спасаясь от нелюбимого жениха, бросается в Нил, где заводит знакомство с речным богом и прочее, прочее, прочее... Под стать «реликтовому» сюжету и декорации, и хореография. Пирамиды из папье-маше и тряпичные пальмы сегодня способны вызвать лишь смех; а полусонная ходьба танцовщиков, перемежающаяся сольными выходами, с общим ходом событий не связанными никоим образом – уныние. Некоторое оживление в вялотекущее действо внесла своими прыжками и ужимками гигантская обезьяна, лихо пронесившаяся на лиане через всю сцену. В целом же приходится констатировать, что французскому балетмейстеру (а по совместительству – автору костюмов и декораций) выветрить из «Дочери фараона» устойчивый запах слежавшейся музейной пыли не удалось.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Московские вечера», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля фейерверков «Буйство цвета». На фестивале организованы: выступления с шоу фейерверков от лучших коллективов со всего мира, концертная программа от популярных певцов, лекции «История фейерверков», фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у посетителей и приглашенных команд, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Пообщаться с участниками команд, узнать задумку их выступлений, самостоятельно дать старт началу шоу, посетить лекцию и поделиться с читателями интересными фактами и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Московские вечера», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля фейерверков «Буйство цвета». На фестивале организованы: выступления с шоу фейерверков от лучших коллективов со всего мира, концертная программа от популярных певцов, лекции «История фейерверков», фудкорт, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Московские вечера» - москвич, мужчина или женщина 30-60 лет, интересующийся культурной жизнью города и ведущий активный образ жизни. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация о жизни города, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти интересные для себя мероприятия и делиться впечатлениями от посещения с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей столичной культуры и другого контента (фото, видео, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 17

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

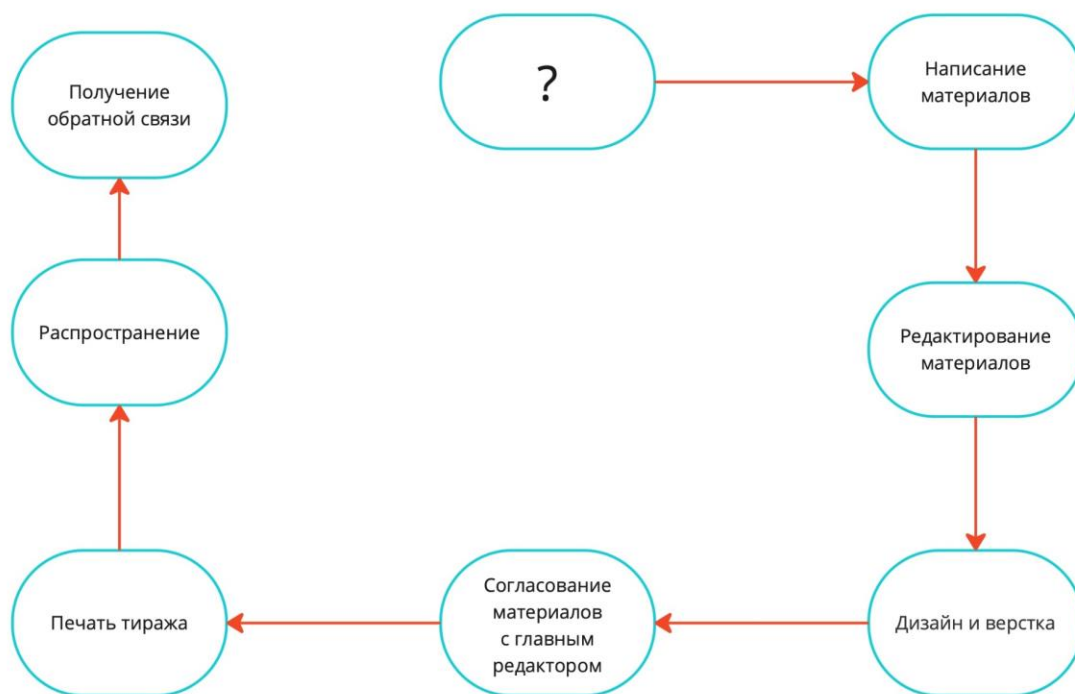
« _____ » — это процесс донесения информации до широкой аудитории с целью привлечения внимания, увеличения интереса и вовлечения людей в обсуждение или взаимодействие с материалом.

1. Продвижение контента
2. Анализ рынка
3. Медиатизация
4. Монетизация
5. Монтаж

Ответ: 1

Задание 2.

Какой этап в процессе создания газеты зашифрован на схеме?



1. Продвижение
2. Исследование аудитории
3. Корректурa
4. Сбор информации
5. Формирование редакции

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 бумажной книги невозможно без ключевых должностей и функционала редакции книжного издательства. В первую очередь нужен 1)_____, который отвечает за стратегическое развитие издательства, формирование издательской политики; отбирает книги, контролирует качество; руководит работой редакторов и других специалистов редакции.

Нельзя обойтись и без 2)_____, в задачи которого входит проведение первичной оценки рукописи, проверка ее на соответствие издательской политике, корректировка композиции, языка и стиля, работа с автором над текстом и структурой книги. Далее подключается 3)_____, который проверяет готовый текст на соответствие макету, орфографические, пунктуационные и грамматические ошибки. Параллельно работает 4)_____, который разрабатывает концепцию дизайна книги, выбирает шрифты, цветовую гамму, графические элементы; создает макет книги, следит за соблюдением единого визуального стиля во всех разделах книги.

Часто над книгой работает и 5)_____. Он создает иллюстрации к книге в соответствии с концепцией дизайна и требованиями художественного редактора. Ну и конечно, никакая книга невозможна без 6)_____, над которой часто работает отдельный дизайнер. После всех этих этапов книга готова к 7)_____ в соответствии с тиражом.

Возможный ответ:

- 1) Главный редактор
- 2) Литературный редактор
- 3) Редактор-корректор/корректор
- 4) Художественный редактор/дизайнер
- 5) Иллюстратор/художник
- 6) Обложка
- 7) Печати

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете специалистом по рекламе на новой кондитерской фабрике «Тирамису и Ко». Фабрика только что открылась, и ее владельцы хотят сделать бренд известным, привлечь как можно больше клиентов.

Целевая аудитория фабрики: семьи с детьми, которые покупают сладости; молодежь, интересующаяся вкусными новинками и праздничными угощениями; кафе и рестораны, ищущие поставщиков кондитерских изделий.

С целью продвижения продукции вы решили найти блогеров-кондитеров для проведения совместных мероприятий, тестирования продукции и размещения информации об этом как в социальных сетях самих блогеров, так и в кулинарных группах с уклоном в кондитерскую тематику.

Составьте концепцию рекламного поста для размещения в социальных сетях блогеров-кондитеров. 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: продвинуть новый бренд на рынке, привлечь как можно больше покупателей, повысить популярность бренда среди потенциальной аудитории.
2. Формат: вертикальный видеоролик с яркими изображениями изделий, поделками с кондитерскими рецептами и историей бренда.
3. Видео, где блогер-кондитер готовит десерт по старинному рецепту владельцев фабрики, а также тестирует готовую продукцию фабрики. Акцент должен быть на редкие интересные десерты, натуральные продукты для приготовления сладостей и яркое украшение десертов из натуральных ягод и фруктов. Блогер снимает видео от первого лица. Разрешение Full HD.
4. Структура поста состоит из видеоролика и краткого текста. Видео сопровождается закадровым текстом, который дублируется субтитрами. В начале блогер рассказывает о владельце фабрики и об уникальном десерте, который будет готовить. В конце ролика блогер пробует другую продукцию бренда и говорит аудитории, где можно купить и попробовать сладости. В описании должна быть ссылка на страницу магазина фабрики. В конце текста можно указать адрес, по которому находится магазин.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете маркетологом в компании «TechWell», которая планирует запустить новое приложение под названием «Healthy Habit», которое будет помогать пользователям формировать и поддерживать здоровые привычки, такие как правильное питание, физическая активность и регулярный отдых. Перед разработкой приложения необходимо провести исследование аудитории, чтобы понять потребности и предпочтения потенциальных пользователей, определить подходящий функционал и дизайн приложения «Healthy Habit».

Ваша целевая аудитория: работающие профессионалы (25–50 лет), стремящиеся поддерживать баланс между работой и личной жизнью, желающие следить за своим здоровьем и активностью. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.



Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Ценности	Ментальное и физическое здоровье, саморазвитие и самообразование, семья, друзья.
Потребности	Постоянное обучение и профессиональное развитие. Свободное время для себя и семьи, путешествий. Хочет вести здоровый образ жизни, но не знает, как себя заставить.
Что беспокоит	Волнуется, что постоянное взаимодействие с клиентами, которые переживают тяжелые ситуации, может приводить к собственному эмоциональному истощению. Из-за работы не хватает времени на собственную семью и детей.
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

В пункте 2 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 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы на этапе разработки приложения изучили бы потребности и предпочтения потенциальных пользователей, определили бы подходящий функционал приложения. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Занимается в фитнес-клубе. Любит прогулки на свежем воздухе. Покупает продукты в фермерских магазинах.

2. Подписана на группы по психологии и медицине в социальной сети «ВКонтакте» и в «Телеграме». Учится онлайн на курсах по психологии бизнеса. Интересуется книгами и подкастами про личную эффективность, тайм-менеджмент и психологию.

3. Метод исследования — глубинное интервью. Это качественный метод исследования, который представляет собой детальные беседы с представителями целевой аудитории, направленные на выявление их потребностей, предпочтений, мотиваций и барьеров. Этот метод позволяет понять привычки, интересы и потребности пользователей, что конкретно их мотивирует использовать приложение, какие проблемы, связанные с ведением здорового образа жизни, их волнуют. Таким образом, можно получить полноценный срез потребностей потенциальных пользователей приложения и на основе результатов исследования проработать функционал продукта.

Задание 6.

Интервью – это ...

- А. наглядно-образное описание проблемной ситуации или судьбы человека
- Б. подача информации в форме вопросов журналиста и ответов собеседника на них
- В. рассказ участника или очевидца события, позволяющий читателю, зрителю, слушателю увидеть и пережить случившееся
- Г. выявление злоупотреблений сильных мира сего (политики, чиновники, корпорации)

Ответ: Б

Задание 7.

Укажите существующие разновидности интервью:

- А) классическое интервью
- Б) интервью - беседа
- В) интервью - диалог
- Г) блиц-интервью
- Д) интервью-провокация

Ответ: А, Б, Г

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Совершенно невероятное событие в двух действиях» - таков подзаголовок гоголевской "Женитьбы". "Совершенно невразумительное и бессмысленное времяпрепровождение с одним антрактом" - характеристика, назойливо напрашивающаяся по мере развертывания "Женитьбы" Козака. Знал бы Гоголь - не писал бы пьес...

Несмотря на могучие актерские силы, брошенные на постановку, результат работы прославленного коллектива до обидного ничтожен. Скучно жить на этом свете мхатовскому Подколесину, что с невестой, что без нее; скучно режиссеру Козаку ставить классику; скучно зрителю, знакомому с пьесой, томиться в ожидании (сначала антракта, затем - финала)... Впрочем, ближе к концу спектакля стоит очнуться от дремоты. Прощальный полет Подколесина в неведомые выси (вместо хрестоматийного прыжка в окно) интригующе-внезапен. Не подтвержденное авторским текстом парение над сценой неудачливого жениха по крайней мере небанально. Большого от этой постановки требовать не приходится. Как-то отдельно от спектакля привлекательны декорации Алекси-Месхишвили, а также звучащая музыка Стравинского.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Рыболов», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Удачный клёв». На фестивале организованы: лекции с профессионалами сферы рыбалки, выставка новинок снаряжения, мастер-классы по приготовлению блюд из рыбы, симулятор рыбалки, конкурс «Мой трофей», фото-выставка,

фудкорт, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у посетителей и приглашенных экспертов, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Задать вопрос эксперту, разузнать его секреты «тихой охоты» и поделиться с читателями, протестировать новинки снаряжения, поучаствовать в кулинарном мастер-классе и поделиться лучшими рецептами, попробовать свои навыки на симуляторе и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Рыболов», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Удачный клёв». На фестивале организованы: лекции с профессионалами сферы рыбалки, выставка новинок снаряжения, мастер-классы по приготовлению блюд из рыбы, симулятор рыбалки, конкурс «Мой трофей», фото-выставка, фудкорт, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Рыболов» - мужчина 40-60 лет, увлекающийся рыбалкой или занимающийся ей профессионально, любящий природу и ведущий активный образ жизни. Привлекает таких пользователей: интересная новая информация о рыбалке, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны, делиться секретами удачной рыбалки и общаться на смежные темы с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира рыбалки и другого контента (фото, видео, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 18

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

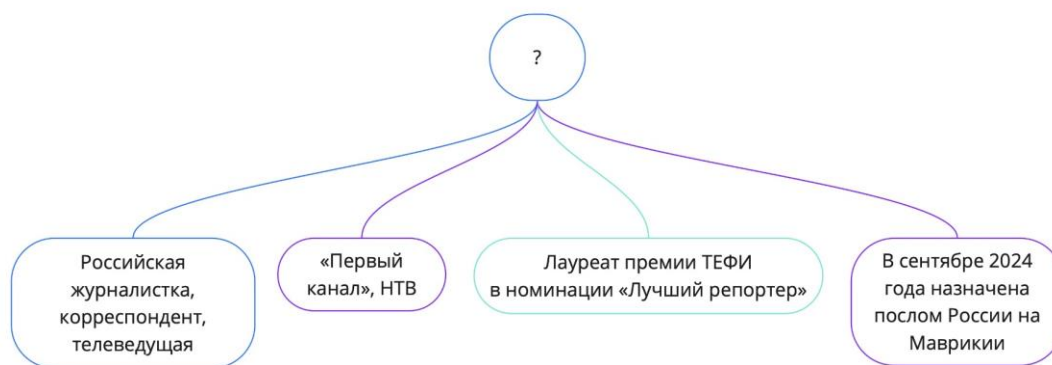
«_____» — небольшое интервью в видеосюжете, в котором герой в течение 15-25 секунд комментирует происходящее событие или мероприятие.

1. Синхрон
2. Комментарий
3. Брифинг
4. Лид
5. Стендап

Ответ: 1

Задание 2.

Имя и фамилия какой журналистки зашифрованы на схеме?



1. Ирада Зейналова
2. Маргарита Симоньян
3. Тина Канделаки
4. Яна Чурикова
5. Марина Кравец

Ответ: 1

Задание 3.

Перед вами пример части технического задания на создание видеоролика. Не все разделы имеют названия. Впишите пропущенные названия разделов (от 1 до 2 слов на месте каждого пропуска). В ответе могут быть использованы любые части речи.

1) _____	Туристическое агентство «Путешествие мечты»
Описание компании	Агентство ориентировано на популярные туристические направления, прямые контакты с отелями, на постоянных клиентов

Описание объекта	Открываем новое направление: организация туров в регионы России
Задача ролика	Показать красоту новых направлений, их доступность и безопасность
2)_____	120 000 рублей
3)_____	40 секунд
4)_____	Семьи с детьми от 4 лет, среднего достатка, с опытом путешествий самостоятельных и организованных путешествий
Референсы	Ролики агентств «Красота путешествий» и «Россия — открытая душа»
5)_____	5 рабочий дней
6)_____	Full HD, 16:9
7)_____	Менеджер по рекламе туристического агентства «Путешествие мечты»

Возможный ответ:

- 1) Заказчик/компания-заказчик/название компании
- 2) Бюджет
- 3) Хронометраж
- 4) Целевая аудитория/аудитория
- 5) Сроки/срок исполнения
- 6) Технические требования/размер
- 7) Контактное лицо/представитель заказчика

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете менеджером по рекламе в компании, которая производит модную одежду. Компания хочет, чтобы ее бренд был легко узнаваем. В глянцевых журналах вы размещаете рекламу с лучшими моделями вашей новой коллекции. Важная особенность коллекции — разнообразие моделей одежды. Сейчас бренд ассоциируется в основном с повседневной женской одеждой, но вам бы хотелось привлечь более молодую аудиторию, сделать акцент на актуальных тенденциях моды и современном стиле. Для этого вы ищете актуальную подачу материала, новый ракурс и свежие идеи.

Разработайте концепцию рекламного макета для журнала. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат рекламного контента.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): содержание изображения, композиционное решение, цветовая гамма, технические параметры, обязательные элементы и т.д.

4. Требования к тексту (не менее 3-х): структура материала и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), объем текста, стиль контента/тональность (tone of voice) и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: привлечь внимание молодой аудитории к бренду, сделав акцент на современном стиле и разнообразии коллекции.
2. Формат: двухстраничный разворот в гляцевом журнале, одно изображение.
3. На фотографии запечатлены девушки разных возрастов в одежде из новой коллекции бренда. Фон — урбанистический минимализм с яркими акцентами. Девушки смеются и улыбаются, они органично вписываются в пространство города и взаимодействуют с ним: кто-то ловит машину, кто-то делает селфи, кто-то едет на велосипеде. Должен быть эффект случайного кадра. Общий план.
4. На первой странице сверху должно быть крупно размещено название бренда и логотип. На второй странице сверху — слоган, подчеркивающий новизну и актуальность коллекции (например: «Твой стиль. Твой ритм. Твой город»), в правом нижнем углу — QR-код для перехода на сайт или социальные сети. Использован фирменный шрифт.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы присоединяетесь к команде, которая ведет телеграм-канал вашей школы. Школа планирует открывать дополнительные профильные гуманитарные старшие классы. Хотелось бы, чтобы ребята, которые хорошо учатся, стремились туда поступить. Для этого вам предложили создать и вести новую рубрику в школьном телеграм-канале.

Вы планируете провести исследование целевой аудитории, чтобы уточнить ее интересы и потребности, проверить свои гипотезы. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя вашей целевой аудитории.

 Марина 15 лет Москва ученица 9-го класса	Интересы/увлечения/ хобби	Готовится к ОГЭ, занимается в театральном кружке и танцевальной студии. Учат итальянский язык. Хотела бы участвовать в работе школьного парламента, но не хватает времени.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Хорошее образование, саморазвитие, семья
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Переживает, что сдаст ОГЭ на низкие баллы. Ее пугает неизвестность. Нервничает из-за того, что не понимает, кем бы хотела стать в будущем. Мало свободного времени, поэтому ей не хватает общения со сверстниками.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы бы исследовали медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает телеграм-каналы школ, в которых есть сильные профильные гуманитарные классы. Подписана на паблики о театре, музыке, танцах, кино, слушает подкасты психологов, специализирующихся на профессиональной ориентации. Использует специальные приложения для изучения иностранного языка. Смотрит видеоинтервью с интересными творческими людьми. Общается в основном с ближним кругом, использует мессенджеры.

2. Хочет определиться с будущей профессией, найти свой путь. Хочет поступить в престижный вуз. Марине важно расширить круг общения, найти единомышленников. Очень хочет, чтобы ее ценили и понимали.

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Очерк – это ...

- А. сжатый рассказ о событии, в котором факты расположены по убыванию важности, с нарушением хронологии
- Б. рассказ участника или очевидца события, позволяющий читателю, зрителю, слушателю увидеть и пережить случившееся
- В. наглядно-образное описание проблемной ситуации или судьбы человека
- Г. анализ происходящего в какой-то сфере с выявлением причин и построением прогнозов

Ответ: В

Задание 7.

Сопоставьте формулировку вопроса с его видом.

Вопрос	Вид вопроса
А) Вы видели новый спектакль?	1) Закрытый
Б) Почему это произошло?	2) Открытый
В) Что вы делали?	
Г) Вам не стыдно?	
Д) Откуда вы это знаете?	

Ответ: А1, Б2, В2, Г1, Д2

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Спектакль "Жизнь есть сон" - первая полностью самостоятельная работа выпускника П.Н.Фоменко Андрея Приходько.

"Жизнь есть сон" играется в Малом зале, который именуют сценой в буфете. Игровое пространство с четырех сторон обрамлено зрительскими рядами. Мизансцены подчинены этой особенности зала: полная симметрия во всем - то, что видно одним, должно быть открыто и другим. Никто не останется в обиде. Философская драма Кальдерона разыгрывается молодыми артистами так, как если бы это была комедия, скажем, "Дама-невидимка" того же драматурга. Что касается интриг и переодеваний - все это на высоте; как только же дело доходит до монологов, отнюдь не легковесных, артисты с ними попросту не справляются. Скорее всего, в том не их вина. Чрезвычайно неудачно выбран для постановки многословный, путаный перевод Бальмонта (особенно если учесть, что было из чего выбирать: существуют переводы М.Донского и И.Тыняновой). Обаяние спектаклю придает участие музыкантов; живая музыка вкраплена в действие умно и тактично.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.»

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Рукодельница» и, вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля рукоделия «Своими руками». На фестивале организованы: выставка изделий мастеров, мастер-классы по рукоделию, торговые ряды, лекции от предпринимателей «Как сделать хобби вашим бизнесом», фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у приглашенных спикеров и экспертов, записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Задать вопрос предпринимателю, разузнать его секреты бизнеса и поделиться с читателями, поучаствовать в мастер-классах и создать что-то своими руками, приобрести сувенир и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Рукодельница», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля рукоделия «Своими руками». На фестивале организованы: выставка изделий мастеров, мастер-классы по рукоделию, торговые ряды, лекции от предпринимателей «Как сделать хобби вашим бизнесом», фудкорт, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Рукодельница» - женщина 30-60 лет увлекающаяся рукоделием, возможно, ведущая бизнес по продаже своих изделий и ведущая размеренный образ жизни. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о рукоделии, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны, вдохновиться чужими работами и делиться своим творчеством с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира рукоделия и другого контента (фото, видео уроки, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 19

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

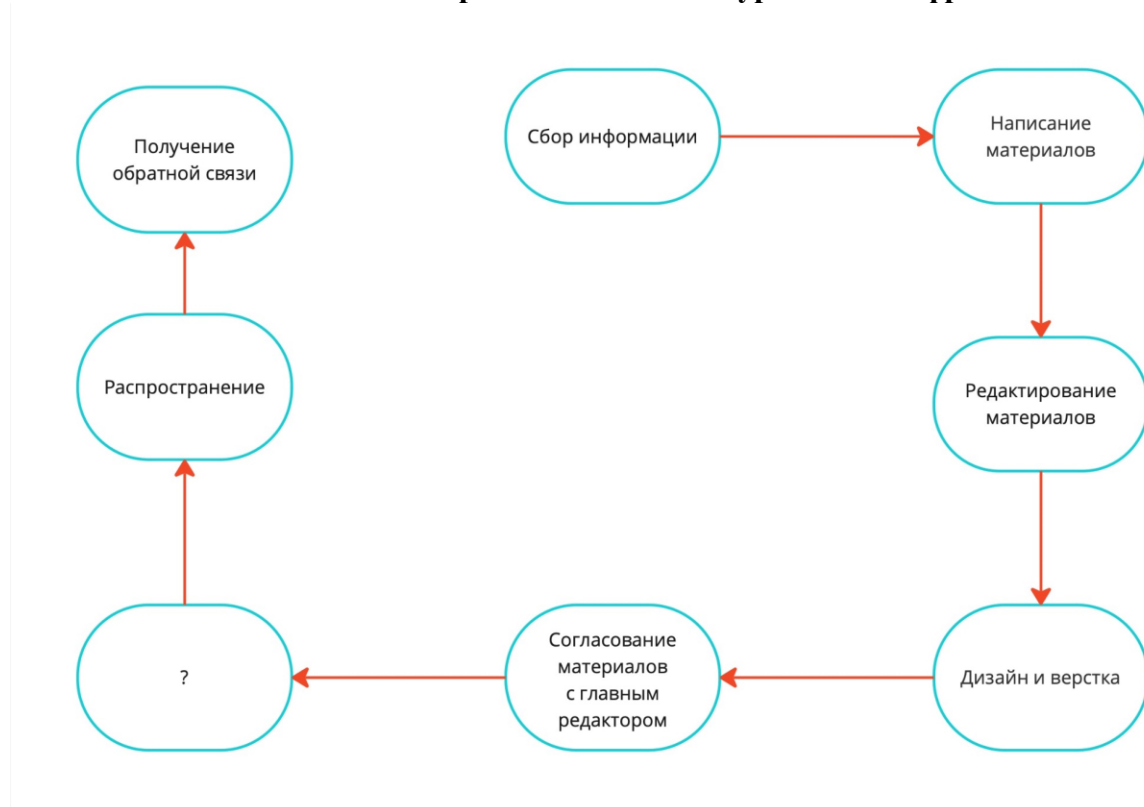
«_____» — это количество посетителей и объем данных, которые проходят через определенный веб-ресурс (сайт, приложение). Помогает оценить популярность сайта и его способность привлекать и удерживать аудиторию.

1. Стендап
2. Лид
3. Аудитория
4. Подписчики
5. Трафик

Ответ: 5

Задание 2.

Какой этап технологического процесса создания журнала зашифрован на схеме?



1. Печать тиража
2. Исследование аудитории
3. Корректурa
4. Сбор информации
5. Формирование редакции

Ответ: 1

Задание 3.

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

Активное сообщество делает издание более узнаваемым и привлекательным для новых читателей. Какие существуют способы формирования сообщества? Многие из них вам хорошо знакомы. Например, активная работа в 1) _____: создание групп, пабликов, каналов, взаимодействие с подписчиками, — все это способствует формированию 2) _____ аудитории издания (группа людей, которым нравится продукт и они готовы его рекомендовать).

Социальные сети дают возможность 3) _____ с читателями, получая обратную связь и поддерживая контакт с ними. Также следует организовывать и 4) _____-мероприятия, например, тематические встречи или форумы, в рамках которых можно провести интерактивы — 5) _____ с призами.

Таким образом, формирование сообщества вокруг издания способствует увеличению его 6) _____. А также это способствует привлечению новых 7) _____, которые будут активно вовлекаться в жизнь сообщества.

Возможный ответ:

- 1) Социальных сетях
- 2) Лояльной
- 3) Взаимодействовать/коммуницировать/общаться
- 4) Офлайн
- 5) Акции/конкурсы
- 6) Популярность/узнаваемости/охватов
- 7) Читателей

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете специалистом по рекламе. Ваше агентство дало вам задание организовать рекламную кампанию для молочной фермы «Здоровое молоко», которая расположена в крупном селе и которая хочет повысить узнаваемость своей продукции и увеличить продажи среди местных жителей.

Ваша целевая аудитория: семьи с детьми, ведущие здоровый образ жизни, и сельчане, покупающие органическую продукцию.

Кампанию вы решили запустить в местных социальных сетях: группах жителей села в социальной сети «ВКонтакте», где обсуждают новости сельской жизни.

Составьте концепцию рекламного поста в группе в социальной сети «ВКонтакте». 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: продвинуть новый бренд молочных продуктов на местном рынке; привлечь как можно больше покупателей; повысить популярность бренда среди потенциальной аудитории.
2. Формат: красочные фото о процессе производства молока на ферме и сопроводительный текст.
3. Фото расположены в карусели. Яркие, цветные фото: продукция бренда, животные фермы, сотрудники, приготовленные блюда местными домохозяйками с использованием молочной продукции бренда. Квадратные изображения, минимальный размер 400х400 пикселей.
4. Структура постов состоит из фотографий и короткого сопроводительного текста о пользе натурального молока и экологических продуктов, которые производят на ферме. В тексте должен быть сделан акцент на локальности: ферма в вашем селе, поддержка местного производителя. Тональность добрая, заботливая, ориентированная на семейные ценности. В конце поста должна быть ссылка на страницу интернет-магазина фермы и призыв выбрать и купить понравившийся продукт. В конце текста, помимо ссылки на сайт, можно указать адрес, по которому находится ферма.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете специалистом по связям с общественностью в финансовой компании, которая планирует разработку онлайн-курса по финансовой грамотности для молодежи. Перед разработкой вам дано задание изучить потенциальную аудиторию, определить потребности и интересы молодежи в области финансовой грамотности для разработки эффективного онлайн-продукта.

Ваша целевая аудитория: студенты колледжей и вузов, начинающие молодые предприниматели и те, кто только планирует связать свою профессиональную жизнь с областью финансов. Возраст аудитории 16–25 лет. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Анна 21 год Москва студентка	Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Саморазвитие и образование, семья, друзья, будущая карьера, финансовое благополучие.
	Потребности	Постоянное обучение и развитие. Хочет начать копить деньги на открытие бизнеса, но у нее не получается. Хочет перестать тратить деньги на бесполезные вещи.
	Что беспокоит	Переживает, что не получится запустить собственный стартап, что не хватит знаний, не найдет партнера для запуска, что существует слишком большая конкуренция среди молодых предпринимателей. Боится остаться без денег. Чувствует себя неуспешной.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

В пункте 2 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 3 предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы на этапе разработки заданий онлайн-курса изучили бы потенциальный интерес аудитории к такой теме и формату и могли бы понять цену, которую аудитория готова платить. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте и обоснуйте выбранный метод.

Возможный ответ:

1. Смотрит фильмы и читает книги по бизнесу и предпринимательству. Изучает интересный опыт стартапов. Путешествует по России с друзьями.
2. Подписана на группы по стартапам, бизнесу, финансам и экономике в социальной сети «ВКонтакте» и в «Телеграме», на видеоканалы успешных молодых бизнесменов. Состоит в онлайн-клубе начинающих предпринимателей. Читает тематические форумы. Периодически проходит онлайн-курсы, связанные с бизнесом и финансами.
3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. В формате личной беседы можно узнать, какие проблемы, связанные с финансами, тревожат аудиторию, какие потребности и интересы есть у аудитории. Этот метод позволит выявить скрытые боли потенциальных учеников и на основе результатов исследования создать продукт с адаптированной под запросы аудитории программой.

Задание 6.

Фельетон – это ...

- А. описание несообразностей в поведении людей и возникающих из-за этого абсурдных ситуаций
- Б. выявление злоупотреблений сильных мира сего (политики, чиновники, корпорации).
- В. изображение чего-либо в фантастическом, уродливо-комическом виде, основанное на резких контрастах и преувеличениях.
- Г. анализ и оценка произведения искусства

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте формулировку вопроса и его вид.

Вопрос	Вид вопроса
А) Почему это произошло?	1) Открытый
Б) Вы знали про это?	2) Закрытый
В) Что предшествовало случившемуся?	
Г) Вы видели новый спектакль?	
Д) Вам не стыдно?	

Ответ: А1, Б2, В1, Г2, Д2

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Большинство самых легендарных театральных постановок сначала казались публике провальными. Так случилось и с «Травиатой» - оперой Джузеппе Верди по мотивам романа «Дама с камелиями» А. Дюма-сына. Автор впервые представил ее на суд публики 6 марта 1853 года в оперном театре Ла Фениче в Венеции. Публика оперу не приняла, но, переделав постановку, автор все-таки сумел сыскать любовь зрителей. Многие режиссеры ставили «Травиату» на сцене театров, на экране же кинотеатра в рамках Летнего театрального фестиваля показали постановку Вилли Деккера, которую он поставил в Метрополитен Опера.

Из всех актеров особенно хочется выделить Дмитрия Хворостовского, исполняющего партию отца Альфредо: его партия отца влюбленного Альфредо удивляет даже не знакомых с оперой. Но не только Хворостовский примечателен в этой опере. Также Натали Дессэй в роли Виолетты, и в роли Альфреда Мэтью Поленцани своими партиями заставляют на себе прочувствовать всю силу трагедии. Удивительная сила голосов не оставит никого равнодушным, и не важно, любитель ты оперы, или первый раз случайно попал на показ, сморишь ты ее на сцене, или в зале кинотеатра.

Также еще одна особенность постановки – отсутствие временных опознавательных рамок в декорациях. Огромный ярко-красный выделяющийся диван, большие часы... вот практически и все, что было на сцене. Режиссеру нужно обладать огромной смелостью, преподнося такие декорации на сцене главной мировой оперы. Но в этом есть и огромный плюс – ничего не отвлекает от партий героев, и ты полностью погружаешься в них.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Авиатор», и вас направляют в качестве журналиста на открытие авиационного фестиваля «Выше облаков». На фестивале организованы:

показательные выступления пилотов, выставка раритетной авиационной техники, парад воздушных шаров, прыжки с парашютом, соревнования авиамоделлистов, лекция в формате «вопрос-ответ» с ассами пилотажа, фотозоны, фудкорт и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у профессиональных пилотов, экспертов и других приглашенных гостей и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Задать вопрос пилоту-профессионалу, совершить прыжок с парашютом, полетать на воздушном шаре, попробовать управлять авиационной моделью и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Авиатор», и вас направляют в качестве журналиста на открытие авиационного фестиваля «Выше облаков». На фестивале организованы: показательные выступления пилотов, выставка раритетной авиационной техники, парад воздушных шаров, прыжки с парашютом, соревнования авиамоделлистов, лекция в формате «вопрос-ответ» с ассами пилотажа, фотозоны, фудкорт и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Авиатор» - мужчина 30-60 лет увлекающийся авиацией или работающий в данной сфере, возможно также увлекающийся другими экстремальными видами спорта и ведущий активный образ жизни. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация об авиации, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира авиации и другого контента (фото, видео, лонгриды по истории авиации и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 20

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

«_____» — часть креативной индустрии, сектор экономики, направленный на удовлетворение как запросов информационного, аналитического, развлекательного характера аудитории разного типа, так и запроса рекламодателей на доступ к аудитории.

1. Медиакommunikации
2. Экономика внимания
3. Медиаиндустрия
4. Медиапродукт
5. Сдвоенный рынок медиа

Ответ: 3

Задание 2.

Какая медиапрофессия зашифрована на схеме?



1. Редактор
2. Корреспондент
3. Телеведущий
4. Звукорежиссер
5. Продюсер

Ответ: 3

Задание 3.

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

Чтобы написать эффективный пресс-релиз, следуйте основным рекомендациям:
1) _____ должен быть кратким, емким и интригующим. Он должен сразу привлечь внимание журналистов и читателей и передать основную суть события.

2) _____ должен быть максимально информативным и ясным. Постарайтесь передать главную суть новости, ответив на ключевые вопросы: *что, кто, где, когда, почему и как*.

В 3) _____ должна быть раскрыта суть новости. Здесь можно рассказать о деталях события, описать цели и задачи, представить дополнительные факты и данные.

В 4) _____ подытожьте информацию, указав, какие шаги можно предпринять дальше (например, как связаться с компанией, посетить мероприятие или подписаться на проект).

Не забудьте указать 5) _____: телефон, электронную почту, социальные сети и т.д. Если пресс-релиз сопровождается 6) _____, 7) _____ или другим медиаконтентом, приложите файлы или предоставьте ссылки для скачивания.

Возможный ответ:

- 1) Заголовок
- 2) Лид
- 3) Основной части
- 4) Заключение
- 5) Контакты
- 6) Фотографиями/фото/видео/инфографикой/изображениями
- 7) Фотографиями/фото/видео/инфографикой/изображениями

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете PR-менеджером новой музыкальной студии «Творцы звука», которая предлагает обучение игре на музыкальных инструментах, вокалу и запись в профессиональной студии. Ваше руководство просит вас организовать рекламную кампанию с целью продать 30 новым клиентам различные услуги в течение трех месяцев.

Ваша целевая аудитория: молодые люди, интересующиеся музыкой и желающие научиться играть на музыкальных инструментах, взрослые, стремящиеся развить свои музыкальные навыки, музыканты-любители, ищущие место для записи своих треков. Возраст аудитории 25–45 лет.

В рамках PR-кампании вы решили дать рекламу в социальной сети «ВКонтакте»: в музыкальных группах, группах любителей вокала, желающих обучаться музыке и уже профессионально занимающихся музыкой.

Составьте концепцию рекламного поста в группах в социальной сети «ВКонтакте». 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: привлечение нового потока клиентов и рост узнаваемости студии «Творцы звука».
2. Формат: вертикальное видео и короткое описание.
3. Динамичное вертикальное видео с энергичным музыкальным рядом. В видео должны быть молодые музыканты, которые записывают музыку на студии, комментарии от учеников студии, кадры самой студии, инструментов, аппаратуры и классов музыки. Крупные планы людей и инструментов должны чередоваться с общими планами, которые показывают интерьер и обстановку студии. Разрешение видео — 1080p.
4. Структура постов состоит из видео и короткого сопроводительного текста о новой музыкальной студии, об услугах, которые она предоставляет с ёмким привлекающим слоганом. В тексте должна быть ссылка на сайт студии. В конце текста, помимо ссылки на

сайт, можно указать адрес, по которому находится студия. Также добавить хештеги, например #музыкальнаястудия, #записьзвука.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете специалистом по связям с общественностью в компании, которая собирается вывести на рынок новое мобильное приложение для стартаперов под названием «БизнесМакс», с помощью которого можно будет быстро найти подходящих партнеров или инвесторов для своего нового бизнеса. Вам необходимо разработать медиастратегию, которая позволит приложению стать заметным на рынке для вашей целевой аудитории.

Основной целевой аудиторией являются люди в возрасте 25–45 лет, которые планируют начать свое дело, ищут единомышленников, партнеров или инвесторов, постоянные пользователи различных бизнес-ресурсов в интернете, живут активной социальной жизнью. Для большего понимания аудитории и более детальной проработки медиастратегии вы составляете портрет типичного представителя.

	Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Саморазвитие, карьера, семья, друзья, финансовое благополучие.
	Потребности	Хочет найти новые пути для развития бизнеса. Нуждается в каналах коммуникации с партнерами для своего дела. Хочет делегировать часть полномочий по бизнесу, чтобы находить свободное время для друзей, спорта, путешествий.
	Что беспокоит	Переживает, что не сможет договориться с потенциальными инвесторами и партнерами, что будет неуспешен в карьере и финансах, что редко видится с друзьями из-за отсутствия времени и возможностей, так как все друзья тоже работают.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

В пункте 2 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 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Увлекается бегом и плаванием. Любит путешествовать с друзьями по России. Выходные предпочитает проводить за городом. Участвует в марафонах и различных спортивных мероприятиях.

2. Подписан на группы для начинающих бизнесменов в социальной сети «ВКонтакте» и в «Телеграме». Участвует в онлайн-конференциях, форумах по запускам стартапов и мотивационных тренингах. Подписан на блогеров в сфере здорового питания. Смотрит фильмы на «Кинопоиске».

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Журналистское расследование – это ...

- А. комплексный подход к сбору и обработке информации, ставящий цель влиять на общественно-политические процессы через публикацию в СМИ в разной форме неизвестных и сознательно скрываемых от общества фактов
- Б. рассказ участника или очевидца события, позволяющий читателю, зрителю, слушателю увидеть и пережить случившееся.
- В. наглядно-образное описание проблемной ситуации или судьбы человека
- Г. описание судьбы человека через рассказ о важнейших моментах его биографии

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте формулировку вопроса и его вид.

Вопрос	Вид вопроса
А) Господин профессор, в чем вы видите основной результат вашего эксперимента? Б) Вас действительно пытались шантажировать? В) Что предшествовало случившемуся? Г) Вы видели новый спектакль? Д) Как шла подготовка к предстоящему шоу?	1) Открытый 2) Закрытый

Ответ: А1, Б2, В1, Г2, Д1

Задание 8.

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

«О невероятной судьбе этого человека говорит даже география его жизни: место рождения – Санкт-Петербург, Россия, место смерти – Химачал-Прадеш, Индия. Русский душой, он вобрал в себя культуру остального мира. К 25 годам Николай Константинович Рерих (чьим учителем был Куинджи) стал признанным художником. В качестве сценографа Рерих оформлял декорации к спектаклям «Русских сезонов» в Париже.

Все в один голос называли его главной надеждой русского искусства. Но славы талантливого художника ему было мало: со студенческих лет он увлекался историей и археологией. Его коллекция древностей была одной из крупнейших в Европе. С 1900-х годов Рерих увлёкся учениями Востока, буддизмом. Увлечение Востоком стало делом всей его жизни. Николай Константинович стремился в Индию и почти случайно попал в США. Здесь его ждал феноменальный успех. В 1928-м Рерихом в США был основан Институт гималайских исследований, с которым в разное время сотрудничали Эйнштейн и де Бройль. Более 20 лет Рерих с семьёй прожил в Индии, у подножия Гималаев. Он продолжал писать картины и философские книги, занимался духовной и политической деятельностью. Он сильно поспособствовал укреплению советско-индийских отношений, был хорошим другом Джавахарлала Неру и Индиры Ганди.»

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

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Востоковед», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля китайской культуры. «Восток - дело тонкое». На фестивале организованы: фотовыставка, мастер-классы по китайской каллиграфии, концертная программа от приглашенных коллективов из КНР, мастер-классы по приготовлению блюд азиатской кухни, лекции по истории Китая, фотозоны, фудкорт и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у экспертов, артистов и других приглашенных гостей и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Поучаствовать в мастер-классах: приготовить блюдо китайской кухни и поделиться рецептом с читателями, обучиться искусству каллиграфии, посетить лекцию и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Востоковед», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля китайской культуры. «Восток - дело тонкое». На фестивале организованы: фотовыставка, мастер-классы по китайской каллиграфии, концертная программа от приглашенных коллективов из КНР, мастер-классы по приготовлению блюд азиатской кухни, лекции по истории Китая, фотозоны, фудкорт и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Востоковед» - мужчина или женщина 30-60 лет увлекающийся историей и культурой Китая и, возможно, изучающий китайский язык. Привлекает таких пользователей: новая интересная о Китае и восточной культуре, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом и размышлениями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира Азии и другого контента (фото, видео-уроки по изучению языка, лонгриды по истории Китая и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 21

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

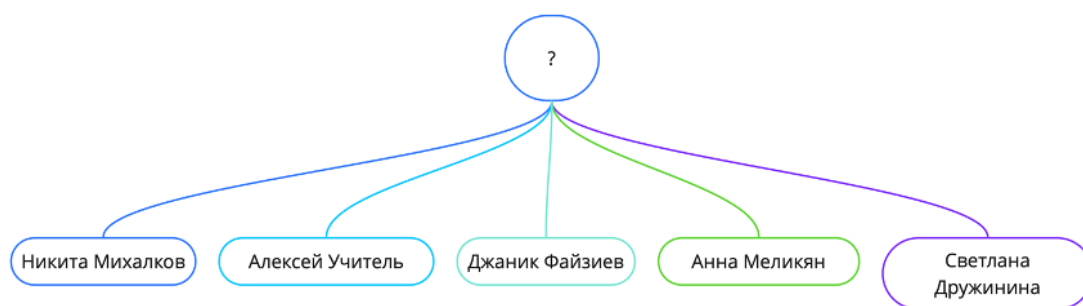
«_____» — это сфера экономики, включающая в себя компании, организации и индивидуумов, занимающихся производством, распространением и потреблением медийных продуктов и услуг. Включает в себя различные виды медийных платформ, такие как телевидение, радио, пресса, интернет-СМИ, кинопроизводство, рекламные агентства и другие. Включает в себя взаимодействие медиа и аудитории, коммерческие отношения и конкуренцию за внимание читателей, зрителей или слушателей.

1. Медиакommunikации
2. Медиарынок
3. Средства массовой коммуникации
4. Медиапродукт
5. Средства массовой информации

Ответ: 2

Задание 2.

Какая медиапрофессия зашифрована на схеме?



1. Оператор
2. Корреспондент
3. Телеведущий
4. Кинорежиссер
5. Продюсер

Ответ: 4

Задание 3.

Перед вами концепция видеошоу. Заполните пропуски, вписав пропущенные в тексте слова (от 1 до 2 слов на месте каждого пропуска). В ответе могут быть использованы любые части речи.

Название	«Супер, шеф!»
Жанр	Кулинарное шоу

1)_____	1 серия длится 22-25 минут
2)_____	VK видео
3)_____	30-45 лет, преимущественно мужчины, которые любят готовить и делают это хорошо
4)_____	Количество просмотров, вовлеченность, среднее время просмотра, рост подписчиков
5)_____	1 выпуск — 150 000 рублей
6)_____	Компании, которые производят кухонную утварь; кафе и рестораны
7)_____	«Адский шеф», «Битва шефов», «На ножжах»

Возможный ответ:

- 1) Хронометраж
- 2) Площадка/платформа
- 3) Аудитория/целевая аудитория
- 4) KPI/ключевые метрики/показатели эффективности
- 5) Бюджет
- 6) Спонсоры/рекламодатели
- 7) Референсы/конкуренты

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете PR-менеджером, вам поручено создать концепцию рекламного поста для продвижения новой онлайн-услуги фитнес-клуба «FitLife». Услуга включает в себя индивидуальные тренировочные программы, разработанные персональными тренерами, и доступ к видеотренировкам 24/7.

Целевая аудитория: мужчины и женщины, 18–40 лет, активные пользователи социальных сетей, люди, заинтересованные в здоровом образе жизни и фитнесе. Вы решили продвигать услугу в телеграм-каналах, посвященных спорту и активному образу жизни.

Составьте концепцию рекламного поста в спортивных каналах в «Телеграме».

Отразите 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: привлечь внимание целевой аудитории, презентовать уникальные преимущества онлайн-фитнес-услуги «FitLife», вовлечь потенциальных клиентов в пробное занятие.
2. Формат: горизонтальное видео о процессе занятий в фитнес-клубе и сопроводительный текст.

3. В видео должно быть показано то, как работает новая услуга фитнес-клуба. Главная героиня — молодая девушка — заходит на платформу «FitLife» (приложение), находит видеоурок и начинает по нему делать упражнения. Акцент должен быть на понятном и удобном интерфейсе, где видно, как легко выбрать тренировочную программу и получить доступ к видеозаписям. Параллельно на экране должны появляться слоганы, например, «Индивидуальные программы», «Профессиональные тренеры», «Доступ 24/7». В конце видео должен быть логотип клуба. Используются фирменные шрифт и цвета бренда.

4. Структура текста состоит из введения: зачем нужна индивидуальная программа, основной части, где рассказывается о преимуществах услуги (персональные тренеры, доступ 24/7, гибкий график), и заключения: призыва к действию — «Зарегистрируйся сейчас и получи первую тренировку бесплатно!». В тексте должна быть ссылка на сайт фитнес-клуба. Общий объем текста — максимум 150-200 символов.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете специалистом по связям с общественностью в компании, которая разрабатывает новый медиапродукт — образовательную платформу «ТехноГид». Платформа ориентирована на школьников и студентов, интересующихся современными технологиями и программированием. На платформе можно найти курсы по IT, видеоуроки, задания и практикумы, а также предусмотрена возможность получать обратную связь от экспертов.

Основной целевой аудиторией являются подростки и молодые люди в возрасте 14–25 лет, которые интересуются технологиями и программированием, активно используют цифровые платформы и социальные сети. Перед запуском платформы вы хотите провести исследование прототипа продукта, выяснить реакцию аудитории. И для более глубокого понимания потребностей вашей целевой аудитории вы составляете портрет типичного пользователя.

 Анна 15 лет Норильск ученица 9-го класса	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="603 1238 818 1312">Интересы/увлечения/ хобби</td> <td data-bbox="818 1238 1374 1312">1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1312 818 1442">Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</td> <td data-bbox="818 1312 1374 1442">Анна активно пользуется социальными сетями, подписана на блогеров из сферы IT. Она читает образовательные статьи на тематических сайтах. В подготовке к экзаменам активно использует онлайн-курсы. В свободное время любит смотреть развлекательные шоу и сериалы.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1442 818 1536">Ценности</td> <td data-bbox="818 1442 1374 1536">Развитие и самообразование. Она стремится быть востребованным специалистом в будущем. Также ценит удобство и доступность онлайн-образования.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1536 818 1688">Потребности</td> <td data-bbox="818 1536 1374 1688">Анна хочет освоить азы языка программирования. Анна нуждается в качественных онлайн-курсах по программированию с практическими заданиями, которые помогут ей подготовиться к олимпиадам и вступительным экзаменам. Ей важно иметь возможность общаться с наставниками и быстро получать обратную связь.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1688 818 1760">Что беспокоит</td> <td data-bbox="818 1688 1374 1760">2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1760 818 1839">Метод исследования целевой аудитории</td> <td data-bbox="818 1760 1374 1839">3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> </table>	Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Анна активно пользуется социальными сетями, подписана на блогеров из сферы IT. Она читает образовательные статьи на тематических сайтах. В подготовке к экзаменам активно использует онлайн-курсы. В свободное время любит смотреть развлекательные шоу и сериалы.	Ценности	Развитие и самообразование. Она стремится быть востребованным специалистом в будущем. Также ценит удобство и доступность онлайн-образования.	Потребности	Анна хочет освоить азы языка программирования. Анна нуждается в качественных онлайн-курсах по программированию с практическими заданиями, которые помогут ей подготовиться к олимпиадам и вступительным экзаменам. Ей важно иметь возможность общаться с наставниками и быстро получать обратную связь.	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Анна активно пользуется социальными сетями, подписана на блогеров из сферы IT. Она читает образовательные статьи на тематических сайтах. В подготовке к экзаменам активно использует онлайн-курсы. В свободное время любит смотреть развлекательные шоу и сериалы.												
Ценности	Развитие и самообразование. Она стремится быть востребованным специалистом в будущем. Также ценит удобство и доступность онлайн-образования.												
Потребности	Анна хочет освоить азы языка программирования. Анна нуждается в качественных онлайн-курсах по программированию с практическими заданиями, которые помогут ей подготовиться к олимпиадам и вступительным экзаменам. Ей важно иметь возможность общаться с наставниками и быстро получать обратную связь.												
Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

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 могли бы протестировать продукт после его выхода, чтобы понять, что нравится аудитории, а каких функций не хватает. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Любит встречаться с друзьями и гулять в необычных местах города. Читает фантастику. Играет в компьютерные игры.

2. Анна не знает, где найти качественный ресурс по программированию с понятным объяснением сложных тем. Анна чувствует усталость из-за большого объема информации и нехватки времени. Ей не хватает общения и обмена опытом с единомышленниками, которые также интересуются программированием и современными технологиями.

3. Онлайн-анкетирование. После выхода продукта можно разместить на платформе короткий опрос или всплывающую форму обратной связи, которые предложат пользователям оценить свой опыт и сообщить, каких возможностей, по их мнению, не хватает. Это удобный и ненавязчивый способ собирать обратную связь от активных пользователей, которые уже используют продукт и могут оценить его на основе реального опыта. Этот метод позволит понять, что нравится большинству пользователей, что вызывает затруднения, а также выявить наиболее востребованные функции и те, которых не хватает. Анкетирование поможет в дальнейшем развитии и улучшении продукта.

Задание 6.

Главный редактор – это ...

А) сотрудник газеты, журнала, радио, информационного агентства и т. п., доставляющий сведения о текущих событиях и происшествиях.

Б) специалист, который пишет текст под определённые задачи заказчика

В) специалист, который занимается редактированием текстов: проверяет в них информацию, улучшает стиль и структуру, исправляет ошибки.

Г) лицо, возглавляющее редакцию и принимающее окончательные решения в отношении производства и выпуска средства массовой информации

Ответ: Г

Задание 7.

В основе Кодекса профессиональной этики российского журналиста лежат принципы:

А) Честности

Б) Выгоды

В) Профессиональной солидарности

Г) Предвзятости

Д) Уважения чести и достоинства личности, общечеловеческих ценностей

Ответ: АД

Задание 8.

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

«Архип Иванович Куинджи – один из самых необычных пейзажистов второй половины XIX века. Он родился в бедной семье сапожника, грека по национальности. Мальчик, ставший в трёхлетнем возрасте сиротой, начавший в 10 лет самостоятельную трудовую жизнь, не получивший никакого систематического образования, шаг за шагом смело шёл туда, куда вела его путеводная звезда любви к искусству.

Куинджи называют мастером света и поэтом живописи. В пейзажах художника поражают прежде всего необычный колорит и освещение. Куинджи создавал новые краски, изучал их сочетаемость и визуальные эффекты. Для этого он даже консультировался со знаменитым химиком Дмитрием Ивановичем Менделеевым.

Архип Иванович прославился не только как талантливый художник, но и как меценат: он поддерживал молодых художников, оплачивал их образование. Куинджи основал Общество независимых художников, которому завещал своё состояние и все свои картины.»

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

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Четыре лапы», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля любителей домашних животных «Petshop Days». На фестивале организованы: тематические лекции и открытые дискуссии, мастер-классы по дрессировке, презентации новинок от производителей товаров для животных, благотворительный аукцион, направленный на помощь приютам для животных, фотозоны, фудкорт и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Обучиться дрессировке четвероногих друзей на мастер-классе, посетить презентации новинок товаров для животных, поучаствовать в благотворительном аукционе, задать вопрос эксперту и поделиться полезной информацией с читателями и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Четыре лапы», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля любителей домашних животных «Petshop Days». На фестивале организованы: тематические лекции и открытые дискуссии, мастер-классы по дрессировке, презентации новинок от производителей товаров для животных, благотворительный аукцион, направленный на помощь приютам для животных, фотозоны, фудкорт и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Четыре лапы» - мужчина или женщина 25-50 лет имеющий домашнее животное и любящий природу. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о домашних животных, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом и размышлениями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира домашних животных и другого контента (фото, видео-уроки по дрессуре, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 22

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

« _____ » — ключевой человек в редакции журнала, газеты или интернет-издания. Он определяет редакционную политику и объединяет в себе менеджерские и творческие функции.

1. Корреспондент
2. Обозреватель
3. Редактор рубрики
4. Менеджер по связям с общественностью
5. Главный редактор

Ответ: 5

Задание 2.

Название какой премии зашифровано на схеме?



1. Пулитцеровская премия
2. ТЭФИ
3. Премия МУЗ ТВ
4. Премия «БОЛЬШАЯ КНИГА»
5. Премия «За верность науке»

Ответ: 2

Задание 3.

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

Оптимизация под 1) _____ системы (SEO) имеет огромное значение для успешного копирайтинга. Она позволяет вашим текстам быть более видимыми и доступными для целевой 2) _____. Один из важных аспектов SEO — это правильное использование 3) _____ слов. Это слова или фразы, которые наиболее 4) _____ используются вашей целевой аудиторией при поиске информации.

Чтобы привлечь внимание поисковых систем и пользователей, важно оптимизировать заголовок и метаописание. Это первое, что видит 5)_____ в поисковой 6)_____. Эффективные тексты всегда подчеркивают 7)_____ вашего торгового предложения (USP).

Возможный ответ:

- 1) Поисковые
- 2) Аудитории
- 3) Ключевых
- 4) Часто
- 5) Пользователь
- 6) Выдаче
- 7) Уникальность

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете над продвижением аудиоспектакля по произведениям Л.Н. Толстого. Спектакль помогает погрузиться в мир творчества великого писателя, лучше понять его героев. Проект некоммерческий, реализуется на средства, привлеченные с помощью фандрайзинга. Проект нацелен прежде всего на аудиторию старшеклассников и студентов. Вам поручено разработать концепцию для лендинга проекта, чтобы передать ее веб-дизайнеру, который занимается разработкой одностраничных сайтов. Организаторы хотели бы, чтобы лендинг предусматривал возможность онлайн-покупки билетов, а также отличался современной подачей, но в тоже время соответствовал уровню материала, которому он посвящен.

Составьте концепцию лендинга. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель лендинга.
2. Форматы контента, используемые в лендинге.
3. Требования к визуальному наполнению лендинга (какие фотографии, изображения, видео и другие графические элементы будут использованы). Опишите не менее 3-х визуальных элементов.
4. Требования к содержанию (не менее 3-х): структура лендинга (какие есть разделы/тематические блоки) и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), стиль контента/тональность (tone of voice) и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: привлечь внимание старшеклассников и студентов к аудиоспектаклю, побудить аудиторию купить билеты на спектакль.
2. Форматы:
 - аудио — фрагменты спектакля, позволяющие посетителям услышать голоса героев, музыку и звуковое оформление;
 - графические иллюстрации и фотографии.
3. Лендинг сопровождается выполненными в современном минималистичном стиле иллюстрациями различных сцен из произведений Л. Толстого. К этой задаче можно привлечь студентов дизайнерских факультетов. Также в лендинге используются иконки и кнопки, стилизованные под перо и чернильницу, для поддержания атмосферы. Фотографии команды проекта можно сделать черно-белыми, чтобы подчеркнуть связь с эпохой Толстого.

4. На первой странице лендинга разместить название спектакля и уникальное предложение, которое заинтересует зрителя: «погрузитесь в мир Толстого: современный взгляд на классику в формате аудиоспектакля». Далее должен идти краткий текст о спектакле, его уникальности, целях (образовательная и культурная составляющая). Можно сделать отдельный блок «Почему это интересно?», где будет рассказано о таких преимуществах спектакля, как современный формат, уникальная актерская игра, глубокое погружение в произведения. Также лендинг должен включать раздел о создателях спектакля и актерах. В конце обязательно нужно сделать блок, который предусматривает возможность онлайн-покупки билетов. Тон: современный, но уважительный, должен быть баланс между классической эстетикой и молодежной подачей.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Ваши знакомые решили создать сообщество «ВКонтакте» для жителей района. В нем планируется обсуждение новостей района, а также важных вопросов, связанных с ЖКХ, благоустройством района и т.д. По выходным владельцы сообщества хотят проводить офлайн-мероприятия. Прежде чем начинать действовать, ваши знакомые хотели бы лучше изучить район и попросили вас помочь — провести исследование аудитории.

В ходе исследования вы выяснили, что наиболее активны среди жителей района женщины в возрасте 35–50 лет, домохозяйки или сотрудники на удаленке. Чтобы владельцы сообщества лучше понимали аудиторию, с которой им предстоит работать, вы составили портрет типичного представителя аудитории сообщества.

 Наталья 37 лет Мытищи мама двоих детей репетитор английского языка	Интересы/увлечения/хобби	Уделяет много времени образованию детей, делает с ними уроки практически каждый день. Постоянно совершенствуется в английском языке. Ведет здоровый образ жизни. Любит путешествия с семьей.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Семья, здоровье, безопасность.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Сложно находить баланс между рабочей и личной сферами. Мало свободного времени. Не хватает общения вне семейного круга и рабочих контактов. Хотела бы лучше знать свой район и его жителей.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы бы исследовали медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает телеграм-каналы репетиторов английского языка. Смотрит видео с рецептами ЗОЖ. Общается в основном с ближним кругом, использует для этого мессенджеры.
2. Хочет найти компромисс между семейными вопросами, профессиональной сферой и личными интересами. Хочет активно участвовать в жизни района. Хочет, чтобы район развивался, но не знает, что для этого нужно делать.
3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Дедлайн – это ...

- А. наиболее активное время телесмотрения/радиослушания в период суток
- Б. фиксированный срок окончания выполнения задачи или проекта
- В. фиксированный интервал времени, который может быть занят строго одной передачей
- Г. самые интересные, продающие моменты из видеопотока, которые могут заставить зрителя посмотреть видео целиком

Ответ: Б

Задание 7.

Укажите функции социальных сетей:

- А) Регулятивная
- Б) Коммуникационная
- В) Информационная
- Г) Воспитательная
- Д) Социализирующая

Ответ: БВД

Задание 8.

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

«Александра Костенюк начала играть в шахматы с 5 лет. Сначала её тренировал отец: он разработал специальную программу обучения своей дочери и с раннего детства сформировал характер Александры. Настойчивость и дисциплинированность пригодились Александре Константиновне: уже в 10 лет она стала чемпионкой Европы, в 14 лет – гроссмейстером, а в 16 – международным гроссмейстером.

В 2008 году состоялся чемпионат мира по шахматам, в котором приняли участие более 60 сильнейших спортсменов. Уровень турнира был очень высоким. Александра Костенюк уверенно разыграла партии и стала чемпионкой мира по шахматам.

Наряду с незаурядным талантом шахматистки Александра Костенюк обладает привлекательной внешностью. Девушку называют «самой красивой среди умнейших». Во многом её деятельность направлена на популяризацию шахмат и пробуждение у людей интереса к игре.

Александра Костенюк находит время и для писательской деятельности. Она является автором нескольких книг о шахматах, в которых знакомит читателей с тонкостями игры. Александрой написан учебник для самых маленьких шахматистов.»

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

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «В объективе», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля природы «Первозданная Россия». На фестивале организованы: выставка фотографий российской флоры и фауны, мастера-классы по фотографии, научно-популярные лекции, показ фильмов о природе, встречи с известными фотографами, путешественниками и кинорежиссерами, фотозоны, фудкорт и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Посетить показ фильма, освоить азы фототворчества на мастер-классе, посетить лекцию, задать вопрос эксперту и поделиться полезной информацией с читателями и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «В объективе», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля природы «Первозданная Россия». На фестивале организованы: выставка фотографий российской флоры и фауны, мастера-классы по фотографии, научно-популярные лекции, показ фильмов о природе, встречи с известными фотографами, путешественниками и кинорежиссерами, фотозоны, фудкорт и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в

социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «В объективе» - мужчина или женщина 25-50 лет увлекающийся фотографией и любящий природу. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о фотоискусстве, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом и творчеством с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей мира фотографии и другого контента (фото, видео-уроки, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 23

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

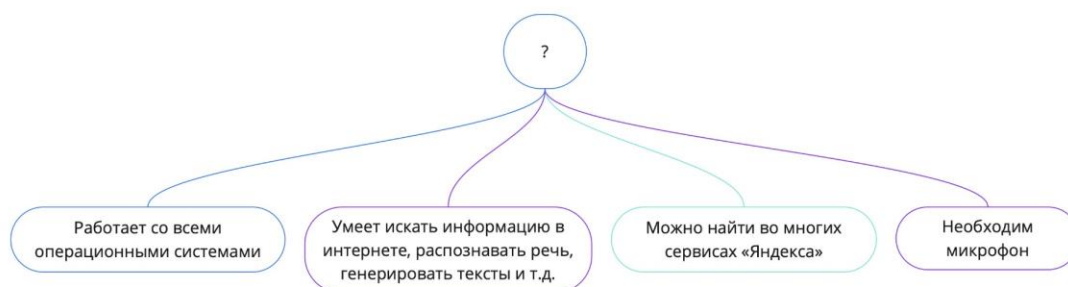
«_____» — недостоверная информация. Этот термин чаще всего используется в отношении ложных новостей или дезинформации, распространяемой через различные средства массовой информации.

1. Синхроны
2. Фактчекинг
3. Фэндом
4. Фейк
5. Дайджест

Ответ: 4

Задание 2.

Какой голосовой помощник зашифрован на схеме?



1. Маруся
2. Салют
3. Алиса
4. Siri
5. Олег

Ответ: 3

Задание 3.

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

Веб-аналитика — это 1)_____ и анализ данных о взаимодействии пользователей с вашим сайтом. Для сбора данных об 2)_____, посещающей ваш сайт, нужны специальные инструменты — 3)_____ веб-аналитики, например Яндекс.Метрика. С помощью веб-аналитики можно узнать источники 4)_____, по каким ключевым 5)_____ чаще всего находят сайт и насколько эффективен ваш контент с точки зрения SEO. Эти данные можно использовать как для 6)_____ оптимизации с целью улучшения позиций сайта, так и для

разработки -----контент-стратегии, помогающей лучше планировать и развивать проект, и для запуска -----7)_____ кампании.

Возможный ответ:

- 1) Сбор
- 2) Аудитории
- 3) Сервисы
- 4) Трафика
- 5) Словам
- 6) Поисковой
- 7) Рекламной

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вас пригласили в команду, которая занимается продвижением иммерсивной выставки к юбилею изобретателя И.П. Кулибина. Основная идея выставки — показать, как появляются идеи и создаются изобретения, популяризовать изобретательскую деятельность, привлечь к ней внимание общественности. Целевая аудитория — школьники и студенты, интересующиеся техникой, изобретениями, наукой.

Вам поручили подготовить концепцию лендинга, которую нужно передать команде веб-дизайнеров. Лендинг должен предусматривать возможность покупки билетов на выставку. Организаторы хотят, чтобы в текстах и визуальном оформлении сочетались новаторство и бережное отношение к истории изобретательства. Очень важно привлечь внимание к глубоким традициям российского научно-технического творчества.

Составьте концепцию лендинга. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель лендинга.
2. Форматы контента, используемые в лендинге.
3. Требования к визуальному наполнению лендинга (какие фотографии, изображения, видео и другие графические элементы будут использованы). Опишите не менее 3-х визуальных элементов.
4. Требования к содержанию (не менее 3-х): структура лендинга (какие есть разделы/тематические блоки) и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), стиль контента/тональность (tone of voice) и т.д.

Возможный ответ:

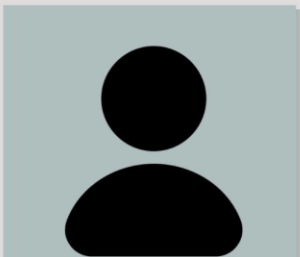
1. Цель: привлечь внимание школьников, студентов и всех интересующихся наукой и изобретательством к выставке, мотивировать посетить мероприятие.
2. Форматы:
 - фотографии
 - 3D панорама выставки
 - интерактивная карта выставки, на которой отмечены все экспонаты и краткое описание каждого, а также обозначен маршрут.
3. Яркие фотографии нескольких экспонатов выставки. Интерактивная карта выполнена в стиле чертежа изобретения. Иконки стилизованы под шестеренки, чтобы визуально подчеркнуть связь с инженерией и наукой. Добавить движущиеся детали механизмов на фоне (или полоса справа), которые анимируются по ходу листания страницы.
4. На первой странице лендинга разместить название выставки и уникальное предложение, которое заинтересует читателя: «вдохновляясь Кулибиным: от чертежей прошлого к идеям будущего». В основной части лендинга рассказать о Кулибине и его значимости, а также предоставить краткую информацию о выставке. В отдельном блоке упомянуть

организаторов выставки, спонсоров и партнеров. В конце обязательно нужно сделать блок, который предусматривает возможность онлайн-покупки билетов, а также указать адрес выставки, схему проезда и ссылки на социальные сети. Текст лендинга должен быть написан простым языком, понятным школьникам. Тон: современный, но уважительный, должен быть баланс между классической эстетикой и молодежной подачей.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

В вашей школе активно развивается дополнительная образовательная деятельность для начальной школы. Пришло время создать отдельный телеграм-канал для родителей. Вы полагаете, что им будет интересно узнавать не только о школьных мероприятиях, но и других кружках в учреждениях города, экскурсиях, интересных выставках, фильмах, которые будут полезны детям. У вашей команды уже есть черновые наброски концепции, но необходимо проверить, интересно ли это аудитории. Вы планируете провести подходящее исследование целевой аудитории. Ниже представлен портрет ее типичного представителя, составленный по итогам вашего исследования.

 Лариса 34 года Тюмень мама двоих детей: 7 и 10 лет домохозяйка	Интересы/увлечения/хобби Уделяет много времени образованию детей, делает с ними уроки практически каждый день. В выходные с семьей ходят в кино, в музеи или в парки. Играет с детьми в настольные игры.
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Ценности	Семья, здоровье, безопасность.
Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Что беспокоит	Сыновьям нужно правильное питание, его сложно организовать в школе. Трудно планировать свои дела, когда почти каждый день происходит что-то неожиданное в жизни семьи. Не знает, чем занять детей в выходные. Иногда ей хочется уделить время себе, но не с кем оставить детей.
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы бы исследовали медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает телеграм-канал школы, новостные каналы. Смотрит телевизионные проекты и сериалы. Подписана на паблики с рецептами для детей. Общается в основном с ближним кругом, использует мессенджеры.
2. Хочет найти компромисс между семейными вопросами, профессиональной сферой и личными интересами. Была бы рада, если бы сыновья интересно и полезно проводили бы день в школе, посещая различные курсы дополнительного образования.
3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Инсайдер – это ...

- А. лидер мнений, вокруг которого собирается лояльная аудитория.
- Б. тот, кто в силу своего служебного, доверенного положения имеет доступ к секретной, закрытой информации
- В. человек, деятельность которого предполагает публичность и вызывает устойчивый интерес средств массовой информации
- Г. высококвалифицированный пользователь, способный снять защиту у компьютерной системы или, наоборот, защитить систему от доступа

Ответ: Б

Задание 7.

Укажите качества хорошего журналистского текста

- А) Не содержит вымысел, фантазии автора или иную непроверенную информацию
- Б) Написан простым и легким для восприятия языком
- В) Изобилует научными терминами и сложен для восприятия неподготовленной аудиторией
- Г) Рассказывает о преимуществах товара или услуги
- Д) Максимально полно и объективно отражает описываемое событие или явление

Ответ: АБД

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Пьеса Э.Шмитта "Загадочные вариации" - на двоих. В спектакле ученицы Петра Фоменко, решительно и умело набирающей мастерство и известность Елены Невежиной, заняты Михаил Филиппов и Игорь Костолевский.

Ни один из сюжетных поворотов не предугадывается зрителем заранее, что является бесспорным достоинством пьесы. Известные актеры играют увлеченно и умно, составляя идеальный ансамбль-дуэт. Четкая и ясная режиссура Елены Невежиной не имеет ничего общего с той манерностью и жеманством, которые обыкновенно возникают в воображении при произнесении словосочетания "женская режиссура". "Загадочные вариации" (кстати, это название четырнадцати вариаций композитора Элгара, столь любимых героиней пьесы и потому таких дорогих любившим ее мужчинам) - несомненное везение для тех, кто придет на эту постановку в театр Маяковского.

Талантливых актеров в Москве действительно много, но, увы, не так уж часто выпадает им случай сыграть в спектакле, во всех отношениях достойном. На этот раз удалось.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Мой ребёнок», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Я - мама». На фестивале организованы: лекции с ведущими экспертами в области воспитания и здоровья детей, мастер-классы по приготовлению полезных блюд для всей семьи, выставка продукции производителей детских товаров, благотворительный аукцион по сбору средств на помощь детским учреждениям, фотозоны, фудкорт и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в кулинарном мастер-классе, ознакомиться с ассортиментом производителей детских товаров, расспросить их о новинках, принять участие в благотворительном аукционе, посетить лекцию, задать вопрос эксперту и поделиться полезной информацией с читателями и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Мой ребёнок», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Я - мама». На фестивале организованы: лекции с ведущими экспертами в области воспитания и здоровья детей, мастер-классы по приготовлению полезных блюд для всей семьи, выставка продукции производителей детских товаров, благотворительный аукцион по сбору средств на помощь детским учреждениям, фотозоны, фудкорт и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Мой ребёнок» - женщина 25-40 лет, имеющая детей и активно занимающаяся их развитием и здоровьем. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о воспитании и развитии детей, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом и обращаться за советом к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей о детском здоровье и развитии и другого контента (фото, видео-уроки, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 24

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

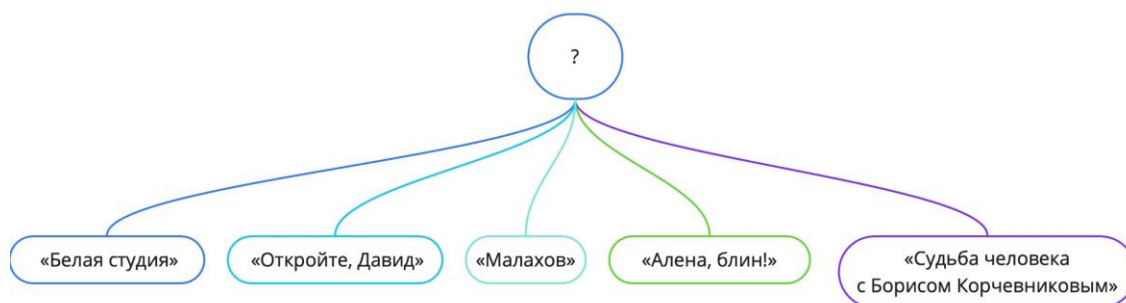
«_____» (1863–1951) — американский газетный магнат и основатель медийной империи, которая включала многочисленные газеты, журналы и радиостанции. С его именем принято связывать возникновение таких терминов, как «связи с общественностью» и «желтая пресса».

1. Томас Эдисон
2. Уильям Диксон
3. Герберт Уэллс
4. Джек Лондон
5. Уильям Хёрст

Ответ: 5

Задание 2.

Какой медиажанр зашифрован на схеме?



1. Лонгрид
2. Очерк
3. Интервью
4. Новостная заметка
5. Репортаж

Ответ: 3

Задание 3.

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

Работу над структурой статьи лучше начать, разделив текст на три составляющие: 1)_____, 2)_____ и 3)_____. Важно также подобрать 4)_____, который будет отражать суть текста и привлекать внимание читателей.

При написании текста журналист должен избегать предвзятости и быть максимально 5)_____. Журналистский текст должен быть оригинальным. Если в нем используются 6)_____ из других произведений, то такие фрагменты должны быть взяты в кавычки.

В заключительной части статьи журналист подводит итог и формулирует 7)_____, призывающий читателя к размышлению или действию.

Возможный ответ:

- 1) Введение (лид)
- 2) Основную часть
- 3) Заключение
- 4) Заголовок
- 5) Объективным
- 6) Цитаты
- 7) Вывод

Задание 4.**Прочитайте текст и выполните задание.**

Вы работаете PR-менеджером в компании по созданию социальных приложений. Вам поручили составить рекламную кампанию для мобильного приложения «Океан 60», созданного специально для пожилых людей. Приложение позволяет пользователям легко общаться с близкими, получать доступ к полезной информации, а также играть в простые игры.

Целевая аудитория: пожилые люди (55+ лет) с активной позицией и желанием быть в курсе событий, но не имеющие достаточного опыта работы с современными технологиями. Посты с информацией о приложении вы планируете выкладывать в тематических группах для пожилых людей в социальной сети «ВКонтакте».

Составьте концепцию рекламного поста в группах для пожилых людей. 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: повысить узнаваемость приложения среди пожилых людей. Увеличить количество скачиваний и регистраций в приложении.
2. Формат: горизонтальное видео с небольшим текстом.
3. Герои видео — пожилые люди. Видео показывает, как они используют приложение, находясь в разных локациях — дома, в парке, в кафе. Крупным планом показан удобный и понятный интерфейс приложения, чтобы сделать акцент на простоте в использовании. Продолжительность — не более 30 секунд. Разрешение — не менее 1080p, чтобы изображение было четким и качественным.
3. Текст в видео с названием приложения должен быть с использованием ярких цветов и крупного шрифта, удобного для пожилых людей. Закадровый текст на видео ясный, простой, с использованием эмоциональных обращений. Например: «Общайтесь с близкими, не выходя из дома!». В тексте поста говорится о преимуществах использования приложения «Океан 60», о том, как оно помогает поддерживать связь с близкими, узнавать новости и находить новых друзей. В посте размещается ссылка, которая ведет в магазин приложений, где можно скачать данный ресурс.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы придумали онлайн-платформу психологической помощи «Время для себя». Платформа предлагает доступ к онлайн-терапии с сертифицированными психологами, различным медитациям и упражнениям для улучшения психического здоровья. Перед выходом вашей разработки на рынок вы решили провести комплексное исследование аудитории с целью изучить ее потребности и ожидания от онлайн-терапии, определить наиболее эффективные каналы коммуникации с целевой аудиторией.

Платформа разработана для мужчин и женщин 30–50 лет с высокими карьерными требованиями, постоянно находящихся в режиме цейтнота и стресса на работе ввиду большого количества задач и коммуникаций с другими людьми, активных пользователей сетевых продуктов.

В рамках исследования вы составляете портрет типичного представителя целевой аудитории.

 Александра 34 года Екатеринбург директор фирмы	<table><tr><td>Интересы/увлечения/хобби</td><td>Бизнес, экономика, финансы. Посещает тренинги бизнес-психолога, любит фильмы и сериалы про успешных женщин, ведет активный образ жизни, занимается теннисом, путешествует с друзьями.</td></tr><tr><td>Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</td><td>1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr><tr><td>Ценности</td><td>Карьера, признание, финансовое благополучие, психологическое равновесие, семья, друзья.</td></tr><tr><td>Потребности</td><td>Постоянное развитие в карьере. Хочет эффективно справляться со стрессом и поддерживать ментальное здоровье. Хочет получать профессиональную психологическую помощь.</td></tr><tr><td>Что беспокоит</td><td>2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr><tr><td>Метод исследования целевой аудитории</td><td>3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr></table>	Интересы/увлечения/хобби	Бизнес, экономика, финансы. Посещает тренинги бизнес-психолога, любит фильмы и сериалы про успешных женщин, ведет активный образ жизни, занимается теннисом, путешествует с друзьями.	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Ценности	Карьера, признание, финансовое благополучие, психологическое равновесие, семья, друзья.	Потребности	Постоянное развитие в карьере. Хочет эффективно справляться со стрессом и поддерживать ментальное здоровье. Хочет получать профессиональную психологическую помощь.	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Интересы/увлечения/хобби	Бизнес, экономика, финансы. Посещает тренинги бизнес-психолога, любит фильмы и сериалы про успешных женщин, ведет активный образ жизни, занимается теннисом, путешествует с друзьями.												
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Ценности	Карьера, признание, финансовое благополучие, психологическое равновесие, семья, друзья.												
Потребности	Постоянное развитие в карьере. Хочет эффективно справляться со стрессом и поддерживать ментальное здоровье. Хочет получать профессиональную психологическую помощь.												
Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 могли бы протестировать продукт на этапе разработки, чтобы понять, какие функции нужны и нужно ли его в целом разрабатывать. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Группы и каналы в «Телеграме» и в социальной сети «ВКонтакте» для женщин-управленцев и женщин в бизнесе. Смотрит каналы психологов и бизнес-тренеров и лайф-коучей на Rutube. Ведет блог на «Профессионалы.ру».

2. Переживает за дальнейшую карьеру. Волнуется за взаимоотношения с деловыми партнерами. Переживает, что не хватает времени на сон, спорт, семью и друзей.

3. На этапе разработки можно провести фокус-группу. Этот метод предполагает формат дискуссии, для которой приглашаются 6–10 представителей целевой аудитории. Фокус-группу обычно ведет модератор, который задает вопросы, контролирует дискуссию и следит за тем, чтобы все участники имели возможность высказаться. Этот метод исследования часто используется для тестирования концепций продукта, цветовых решений и прототипов. В ходе исследования можно выявить проблемы аудитории, понять ее запросы, а также собрать обратную связь по интерфейсу и удобству использования онлайн-платформы.

Задание 6.

Новость – это ...

- А. анализ происходящего в какой-то сфере с выявлением причин и построением прогнозов
- Б. наглядно-образное описание проблемной ситуации или судьбы человека
- В. истолкование происходящего, подкрепленное аргументами
- Г. короткое оперативное сообщение о событии, которое произошло только что или происходит в данный момент

Ответ: Г

Задание 7.

Сопоставьте тип портрета и его характеристику.

Характеристика	Тип портрета
А) Журналист общается с персонажем напрямую Б) Персонаж недоступен для журналиста В) Герой портрета: деятель прошлого Г) Источники информации: мемуары, блоги в социальных сетях, рассказы знакомых, эксперты из сферы деятельности персонажа Д) Помимо интервью журналист может наблюдать за жизнью своего героя	1) Холодный 2) Теплый

Ответ: А2, Б1, В1, Г1, Д2

Задание 8.

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

«В 1889 году Игорь Эммануилович Грабарь поступил сразу на два факультета Санкт-Петербургского университета: юридический и историко-филологический. Однако он выбрал карьеру художника и после окончания университета поступил в Академию

художеств. Грабарь много путешествовал по миру, учился у великих мастеров, совершенствовал своё мастерство. Талант художника проявился прежде всего в пейзажах. Грабарь восхищался красотой русской природы, очень любил зиму. Свою знаменитую картину «Февральская лазурь», несмотря на сильный мороз, Грабарь писал в вырытой им в снегу траншее. На полотне ему удалось передать красоту деревьев, блестящий на солнце снег. С 1913 по 1925 год Грабарь возглавлял Третьяковскую галерею. Он произвёл перепланировку помещений, составил первый научный каталог галереи: под его руководством сотрудники музея проверили и описали более 4000 экспонатов. Он создал Центральную реставрационную мастерскую, что помогло спасти многие произведения древнерусского искусства.»

Ответ: Биографическая справка. Текст представляет собой рассказ о жизненном пути человека, его значимых увлечениях

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Парикмахер», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Золотой локон». На фестивале организованы: лекции и мастер-классы от ведущих экспертов бьюти-индустрии, конкурс парикмахерского искусства, ярмарка товаров от производителей профессионального оборудования и косметики, демонстрация новых технологий в бьюти сфере, тематические викторины, фотозоны, фудкорт и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в парикмахерском мастер-классе, задать вопрос эксперту и поделиться полезной информацией с читателями, оценить конкурсные работы мастеров и рассказать о лучших читателям, познакомиться на выставке с новинками и опробовать их на себе и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Парикмахер», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Золотой локон». На фестивале организованы: лекции и мастер-классы от ведущих экспертов бьюти-индустрии, конкурс парикмахерского искусства,

ярмарка товаров от производителей профессионального оборудования и косметики, демонстрация новых технологий в бьюти сфере, тематические викторины, фотозоны, фудкорт и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Парикмахер» - женщина или мужчина 30-50 лет профессионально занимающийся парикмахерским искусством или увлекающийся данной темой на любительском уровне. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о парикмахерском искусстве, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников и коллег со всех уголков страны и делиться своим опытом и обращаться за советом к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира парикмахерского искусства и другого контента (фото, видео-уроки, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 25

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

Эта технология стала ответом на общественный запрос, сложившийся в XIX веке, поскольку «_____» давала возможность запечатлеть важные события быстрее, чем живопись.

1. Скульптура
2. Киноиндустрия
3. Гравюра
4. Фотография
5. Фреска

Ответ: 4

Задание 2.

Какая профессия зашифрована на схеме?



1. Телеведущий
2. Режиссер
3. Медиаменеджер
4. Главный редактор
5. Сценарист

Ответ: 3

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 видеоблога начинается с проработки 1)_____, которая определяет формат и тематику итогового контента. После того как вы определились с темой, необходимо подготовить 2)_____, который будет служить основой для записи.

Запись видеоблога обычно происходит в тихом помещении с использованием профессионального оборудования: 3)_____, 4) _____ и 5)_____.

Когда запись завершена, начинается этап 6)_____, который включает монтаж, добавление эффектов и коррекцию цвета. На этом этапе также часто добавляют компьютерную 7)_____, чтобы сделать видеоблог более привлекательным для аудитории.

Возможный ответ:

- 1) Идеи/концепции

- 2) Сценарий
- 3) Камеры/штатива/микрофона
- 4) Камеры/штатива/микрофона
- 5) Камеры/штатива/микрофона
- 6) Постпродакшена
- 7) Графику/анимацию

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете SMM-специалистом в PR-агентстве. Ваш клиент — небольшая компания «Зеленая планета», которая производит и продает экосумки и другую многоразовую упаковку. Основное преимущество продукта — это экологичность, стильный дизайн и возможность персонализации (можно нанести свой логотип или текст). Ваша компания работает над стратегией продвижения в социальных сетях, которая включает рекламу у блогеров. Вы считаете, что ваш товар будет интересен аудитории блога «Экогород» и решаете заказать у них рекламу в паблике «ВКонтакте».

В блоге рассказывается про экологические проблемы, публикуется статистика, также есть рубрика с советами по сохранению окружающей среды. Целевая аудитория — молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет, которые интересуются осознанным потреблением и экологией. Чаще всего встречаются вертикальные видео и текстовые посты с изображениями.

Ваш рекламный пост должен подчеркнуть не только удобство и стиль экосумок, но и важность сокращения использования одноразового пластика.

Составьте концепцию рекламного поста в блоге. 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: повышение осведомленности о бренде «Зеленая планета» среди целевой аудитории. Продвижение экосумок как альтернативы одноразовым пластиковым пакетам. Увеличение продаж. Формирование позитивного имиджа компании.
2. Формат: карусели с изображениями, демонстрирующими разные варианты использования экосумок и возможности персонализации, сопроводительный текст.
3. Основное содержание изображений: экосумки в разных повседневных ситуациях (поход в магазин, спортзал, офис и т.д.). Отобразить стильные, минималистичные дизайны и примеры персонализации (логотипы, имена или уникальные фразы). Фокус на продукте: сумка крупным планом и акценты на детали (ткань, качество, принт). Простота и минимализм в кадре, чтобы не отвлекать внимание от продукта. 3-6 фотографий размером 600×600 пикселей.
4. Текст, обозначающий проблемы, которые возникают из-за использования одноразового пластика, и рассказывающий, как экосумки решают эту проблему. Преимущества экосумок — стильный дизайн, возможность персонализации, экологичность. Призыв к действию

(перейти по ссылке, заказать сейчас с промокодом, вступить в движение за ответственное потребление). Стиль контента (tone of voice): дружелюбный, легкий, мотивирующий. Объем текста для поста: до 100-150 слов. Используется простой язык легкий для восприятия, с акцентом на ключевые моменты (экология, стиль, уникальность).

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Молодая команда психологов запускает новый телеграм-бот, который помогает пользователям справляться с тревогой и эмоциональной перегрузкой. Основная идея проекта заключается в том, чтобы предоставлять краткие медитации, дыхательные упражнения и советы по управлению тревожными состояниями. Пользователь выбирает уровень своей тревожности, и бот автоматически предлагает упражнения, которые могут улучшить состояние. Подписка на сервис будет стоить 200 рублей в месяц. Целевая аудитория — мужчины и женщины в возрасте от 18 до 35 лет, которые ведут активный образ жизни и часто испытывают напряжение из-за работы или учебы. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Андрей 24 года Санкт-Петербург менеджер	<table><tr><td>Интересы/увлечения/ хобби</td><td>Следит за тенденциями в развитии технологий, любит посещать выставки современного искусства. Увлекается веб-дизайном.</td></tr><tr><td>Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</td><td>1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr><tr><td>Ценности</td><td>Работа, здоровье, самореализация.</td></tr><tr><td>Потребности</td><td>2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr><tr><td>Что беспокоит</td><td>Мечтает заработать больше денег. Переживает, что работает недостаточно для темпа жизни в мегаполисе. Чувствует постоянное напряжение из-за высоких ожиданий на работе и в личной жизни. Нет денег, чтобы сходить к психологу.</td></tr><tr><td>Метод исследования целевой аудитории</td><td>3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr></table>	Интересы/увлечения/ хобби	Следит за тенденциями в развитии технологий, любит посещать выставки современного искусства. Увлекается веб-дизайном.	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Ценности	Работа, здоровье, самореализация.	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Что беспокоит	Мечтает заработать больше денег. Переживает, что работает недостаточно для темпа жизни в мегаполисе. Чувствует постоянное напряжение из-за высоких ожиданий на работе и в личной жизни. Нет денег, чтобы сходить к психологу.	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Интересы/увлечения/ хобби	Следит за тенденциями в развитии технологий, любит посещать выставки современного искусства. Увлекается веб-дизайном.												
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Ценности	Работа, здоровье, самореализация.												
Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Что беспокоит	Мечтает заработать больше денег. Переживает, что работает недостаточно для темпа жизни в мегаполисе. Чувствует постоянное напряжение из-за высоких ожиданий на работе и в личной жизни. Нет денег, чтобы сходить к психологу.												
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

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

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите и обоснуйте **один метод исследования**, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает новостные статьи на «Куда Go» и «Афиша Daily», чтобы быть в курсе современных городских событий. Слушает подкасты о ментальном здоровье, такие как «На нервной почве» и о жизни в городе «Про Большой город». Читает новости в «Телеграме».

2. Хочет найти способ справиться с тревожностью, но у него нет денег на психолога. Хочет заботиться о своем ментальном здоровье. Хочет больше знать о стрессе и его причинах.

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Прайм-тайм – это ...

- А. наиболее активное время телесмотрения/радиослушания в период суток
- Б. фиксированный срок окончания выполнения задачи или проекта
- В. фиксированный интервал времени, который может быть занят строго одной передачей
- Г. самые интересные, продающие моменты из видеопотока, которые могут заставить зрителя посмотреть видео целиком

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте вид интервью с целью, которое оно преследует.

Цель	Виды интервью
А. Получить информацию от сведущего лица или свидетеля какого-либо события	1) Протокольное интервью
Б. Выявить различные точки зрения на какую-либо проблему и возможные пути её разрешения	2) Информационное интервью
В. Получить официальные разъяснения по политическим вопросам	3) Интервью-портрет
Г. Показать читателю собеседника как личность	4) Интервью-дискуссия

Ответ: А2, Б4, В1, Г3

Задание 8.

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

«Кузнецким Мостом в Москве называется просто улица. Ни моста там нет, ни воды там нет.

И если бы кто-нибудь сказал, что видел около Кузнецкого Моста лодку — его сочли бы забористым остряком, душой скучающего общества.

И, однако, весной этого года на Кузнецком Мосту, около Лионского кредита самые положительные люди видели несколько лодок.

И дело, видите ли, в том, что за зиму на улицах накопились целые горы, целые монбланы снега, который, конечно, никем не убирался. Легочным больным, нуждавшимся в горном воздухе, прописывали поездку на Кузнецкий Мост. И так как все ожидали наступления быстрой и жаркой весны, ожидали всемирного потопа от быстрого таяния миллионов пудов накопившегося снега, то заботливые комиссары и расставили ряд лодок на Кузнецком Мосту».

Ответ: Фельетон. Текст представляет собой описание несообразностей в поведении людей и возникающих из-за этого абсурдных ситуаций. Ему характерны злободневность, сатира и юмор.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Космос», и вас направляют в качестве журналиста в планетарий на открытие фестиваля «До луны и обратно». На фестивале организованы: лекции и мастер-классы от космонавтов и экспертов в области физики и астрономии, тематически викторины, выставка космического снаряжения, дегустационная зона «Еда космонавта», показ научно-образовательных фильмов, фотовыставка «Земля с орбиты», фотозоны, фудкорт и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у приглашённых космонавтов и экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Прогдегустировать еду космонавтов, примерить настоящий скафандр, проверить свои знания в тематической викторине и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Космос», и вас направляют в качестве журналиста в планетарий на открытие фестиваля «До луны и обратно». На фестивале организованы: лекции и мастер-классы от космонавтов и экспертов в области физики и астрономии, тематически викторины, выставка космического снаряжения, дегустационная зона «Еда космонавта», показ научно-образовательных фильмов, фотовыставка «Земля с орбиты», фотозоны, фудкорт и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Космос» - мужчина или женщина 40-60 лет увлекающийся тематикой космических полётов, а также физикой и астрономией. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о космосе, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом и знаниями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира науки о космосе и другого контента (фото, документальные фильмы, лонгриды, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 26

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

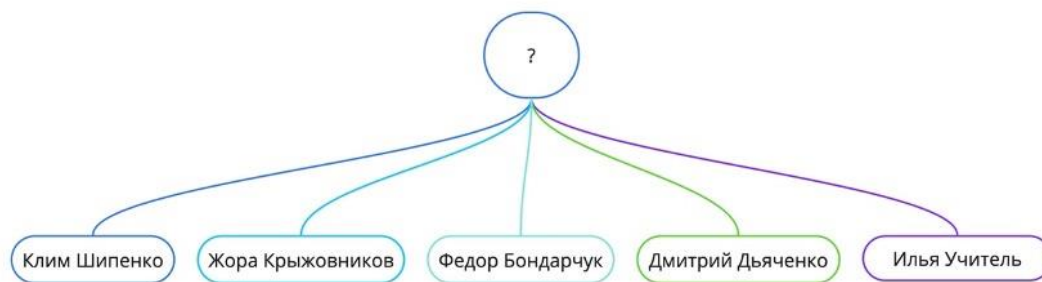
Краткое вступление к видеосюжету, передающее основную суть новости и озвучиваемое ведущим или корреспондентом, называется «_____».

1. Синхрон
2. Стендап
3. Лайф
4. Подводка
5. Интервью

Ответ: 4

Задание 2.

Какая профессия зашифрована на схеме?



1. Режиссер
2. Телеведущий
3. Медиаменеджер
4. Сценарист
5. Главный редактор

Ответ: 1

Задание 3.

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

Рекламная кампания начинается с проведения 1)_____, чтобы понять потребности 2)_____ аудитории. На основе полученных данных разрабатывается рекламная кампания, которая определяет ключевые сообщения. Следующим этапом является выбор рекламных 3)_____ (текстовые, визуальные, аудио) и каналов 4)_____: социальных сетей, телевидения, наружной рекламы и т.д. После этого важно создать 5)_____, который включает в себя баннеры, видеоролики и текстовые объявления.

В процессе реализации кампании необходимо также провести 6)_____, чтобы оценить эффективность рекламных материалов: какие каналы сработали лучше, как аудитория реагировала на ваши сообщения и какие изменения нужно внести для улучшения результатов. Основываясь на собранных данных, стоит сформулировать 7)_____ и готовить новую стратегию на будущее.

Возможный ответ:

- 1) Исследования
- 2) Целевой
- 3) Форматов
- 4) Коммуникации/распространения
- 5) Рекламный контент
- 6) Мониторинг/анализ/оценку
- 7) Выводы/результаты

Задание 4.**Прочитайте текст и выполните задание.**

Вы работаете креативным продюсером в рекламном агентстве. Ваш клиент — стартап «МегаДом», который разрабатывает умные системы для дома: датчики освещения, термостаты и системы безопасности, управляемые через мобильное приложение. Основные преимущества продукта — удобство в управлении, экономия энергии и повышение уровня безопасности жилья. Целевая аудитория — молодые семьи и техноэнтузиасты в возрасте от 25 до 45 лет, которые заинтересованы в улучшении комфорта и безопасности в своем доме с помощью современных технологий.

Ваша задача — разработать концепцию рекламного ролика, который будет транслироваться на видеоплатформах. Ролик должен подчеркнуть, что использование умных систем помогает автоматизировать домашние процессы, снижать расходы на коммунальные услуги и защищать жилье от угроз.

Составьте концепцию рекламного ролика. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат рекламного ролика.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): сюжет и герои, содержание сцен, графические элементы, цветовая палитра, композиционное решение, использование спецэффектов, технические параметры и т.д.
4. Требования к тексту или аудио (не менее 3-х): структура закадрового текста или диалогов, основное сообщение, титры, стиль озвучки, музыка/звуковые эффекты и т.д.

Возможный ответ:

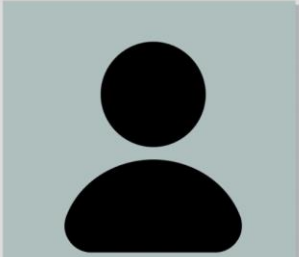
1. Цель: повысить осведомленность о бренде и продуктах «МегаДом». Продемонстрировать удобство, безопасность и экономию энергии с помощью умных систем. Вызвать желание приобрести продукты для автоматизации домашнего комфорта.
2. Формат: горизонтальный ролик длительностью 30-45 секунд.
3. Содержание: семья возвращается домой, в квартире автоматически включается свет, термостат подстраивает комфортную температуру, датчики безопасности фиксируют движение, один из представителей семьи получает соответствующее уведомление на телефон. Цветовая палитра: яркие, теплые тона для создания ощущения уюта и безопасности дома. Используется графика при демонстрации технологических моментов (цифры, интерфейсы). В финале ролика появляется логотип компании.
4. Фоновая музыка: легкая, позитивная, усиливающая ощущение комфорта, с нарастающими звуковыми эффектами в ключевых моментах (включение света, блокировка дверей). В финале ролика закадровый текст произносит слоган: «МегаДом: Умные решения для вашего комфорта!». Закадровый голос: четкий и спокойный, подчеркивающий удобство, экономию и безопасность.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы планируете запустить подкаст, ориентированный на студентов старших курсов, изучающих искусственный интеллект и машинное обучение. Вы хотите приглашать экспертов из индустрии, чтобы обсуждать современные тенденции, актуальные исследования и карьерные возможности в сфере ИИ. Также вы планируете давать советы по прохождению стажировок и успешной сдаче собеседований в крупные ИТ-компании. Один выпуск будет длиться 30 минут. Для дальнейшего развития подкаста и создания востребованного контента, вы решили провести исследование аудитории.

Целевая аудитория вашего подкаста — студенты 3–5 курсов, которые изучают ИИ и смежные направления, активно интересуются технологиями, стажировками и карьерными возможностями в сфере ИТ. Ниже представлен неполный портрет типичного представителя вашей аудитории.

 Евгений 22 года Иннополис студент	Интересы/увлечения/хобби	Компьютерные технологии, языки программирования. В свободное время играет в компьютерные игры. Любит активный отдых.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Саморазвитие, хорошее образование, друзья.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Сложность карьерного роста и высокая конкуренция в сфере ИИ. Быстрое развитие технологий, которое требует постоянного обучения.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

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

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите и обоснуйте **один метод исследования**, с помощью которого вы могли бы выяснить, что беспокоит представителя вашей целевой аудитории и какие сложности есть у него. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает специализированные блоги и статьи на платформах вроде Medium, Habr. Слушает подкасты про искусственный интеллект. Смотрит лекции и мастер-классы по ИИ. Регулярно просматривает новости технологий на TechCrunch.
2. Хочет быть в курсе новейших исследований и технологий в области искусственного

интеллекта. Ищет практические советы по подготовке к стажировкам и успешному прохождению технических собеседований. Желает получать экспертные мнения и прогнозы о карьерных перспективах в сфере ИИ, чтобы принимать решения о дальнейшем развитии карьеры.

3. Глубинное интервью. Это качественный метод исследования, который предполагает проведение индивидуальных бесед с представителями целевой аудитории. Этот метод позволяет узнать личный опыт, мотивацию, потребности и проблемы респондентов в контексте изучаемой темы. Глубинное интервью раскрывает скрытые мотивы, страхи и ожидания потенциальных слушателей подкаста. Можно выявить реальные сложности, такие как нехватка знаний, языковой барьер, отсутствие практических навыков, которые мешают студентам двигаться вперед в карьере. На основе полученных данных можно корректировать содержание подкаста.

Задание 6.

Брифинг – это ...

- А. специально подготовленный информационный материал о событии, мероприятии, товаре, услуге, распространяемый среди СМИ и журналистов
- Б. процесс распространения идей, норм, взглядов, ценностей, знаний и т. п. с целью внедрения в поведенческие установки людей
- В. встреча официальных лиц с представителями СМИ, где вкратце излагается официальная позиция по определенным вопросам
- Г. официальное правительственное сообщение по вопросам международного значения

Ответ: В

Задание 7.

Сопоставьте часть публичной речи с её целевыми установками.

Целевые установки	Часть публичной речи
А) Усилить интерес к предмету речи	1. Вступление
Б) Установить взаимопонимание и доверие	2. Заключение
В) Подготовить аудиторию к восприятию речи	
Г) Вызвать интерес, овладеть вниманием аудитории	
Д) Закрепить впечатление от речи	

Ответ: А2, Б1, В1, Г1, Д2

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Теперь на сцене театрального центра им. Мейерхольда "Театр Наций" покажут хореографическую новеллу "Бедная Лиза", по мотивам произведения Карамзина. В музыкальной основе спектакля лежит камерная опера Леонида Десятникова, написанная в 1976 году и исполненная Юлией Копачёвой (сопрано) и Эндрю Гудвиным (тенор). Теперь ее можно не только слушать, но и увидеть в постановке Аллы Сигаловой – одной из ярчайших хореографов современного русского театра.

Сценограф и художник спектакля – Николай Симонов минималистичными средствами смог создать мир, в котором декорация лишь подчеркивает и оттеняет игру и пластику артистов.

Здесь существуют не танцовщики, красотой движений передающие чувства и характер героев. Здесь движутся актеры, создающие живые образы и именно отыгрывающие, погружающиеся в мир героев и самой истории, а заодно, ведущие за собой и зрителя. Спектакль тонок и держится на грани между красотой и распадом, но опутав зрителя пеленой движения ведет его за собой, слепляет со сценой и погружает в действие постепенно, но непреодолимо. Отдельные сцены этого сложившегося узора действительно останутся со зрителем если не навсегда, то неоспоримо, надолго. Ведь не зря говорят – красота в простоте.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Всё о России», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля коренных народов России «Этноскоп». На фестивале организованы: творческие мастер-классы для детей и взрослых, концертная программа от творческих коллективов со всей страны, народные самобытные игры и развлечения, лекции от ученых этнографов, фотозоны, фудкорт и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у приглашённых артистов, ученых и экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классе и смастерить что-то своими руками, пообщаться с представителями коренных народов, узнать об их традициях и культуре, поучаствовать в народных играх и т.д. Это позволит

журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Всё о России», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля коренных народов России «Этноскоп». На фестивале организованы: творческие мастер-классы для детей и взрослых, концертная программа от творческих коллективов со всей страны, народные самобытные игры и развлечения, лекции от ученых этнографов, фотозоны, фудкорт и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Всё о России» - мужчина или женщина 40-60 лет, увлекающийся историей и культурой России и, возможно, много путешествующий. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о культуре России, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своими знаниями и открытиями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира этнографии и другого контента (фото, документальные фильмы, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 27

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

« _____ » — сообщение для прессы, которое содержит информацию о новости или событии, связанном с организацией или частным лицом.

1. Пресс-конференция
2. Пресс-релиз
3. Брифинг
4. Новостная заметка
5. Рецензия

Ответ: 2

Задание 2.

Какая профессия зашифрована на схеме?



1. Сценарист
2. Блогер
3. Продюсер
4. Дизайнер
5. Актер

Ответ: 3

Задание 3.

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

Чтобы создать качественную новость, важно тщательно подойти к процессу выбора 1) _____. Затем переходите к созданию 2) _____ — он должен быть привлекательным и информативным, чтобы сразу захватить внимание читателя и дать представление о сути новости.

В 3) _____ важно ответить на основные вопросы: кто, что, 4) _____, когда, почему и как. После идет 5) _____ новости. В этой части не забудьте добавить контекст, чтобы читатель мог оценить значимость события. Цитаты от очевидцев или экспертов могут сделать новость более живой и достоверной. Пишите ясно и кратко, избегая сложных предложений и жаргона.

Обратите внимание на структуру текста, которая обычно строится по принципу 6) _____: самые важные детали размещаются в начале, а менее значимые — в конце. Проверьте

факты и используйте надежные 7)_____, чтобы вся информация была точной и достоверной.

Возможный ответ:

- 1) Инфоповода/темы
- 2) Заголовка
- 3) Лиде
- 4) Где?
- 5) Тело/основная часть
- 6) Перевернутой пирамиды
- 7) Источники

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете арт-директором в рекламном агентстве. Ваш клиент — фитнес-центр «СуперФит Лайф», который предлагает новую услугу — инновационные тренировки с использованием виртуальной реальности (VR). Основные преимущества — персонализированные программы тренировок, погружение в захватывающие VR-окружения и возможность тренироваться с тренером удаленно. Целевая аудитория — люди в возрасте от 18 до 35 лет, которые интересуются технологиями, спортом и активным образом жизни. К сожалению, на данный момент услуга не пользуется спросом у клиентов, вам нужно это исправить.

Ваша задача — разработать концепцию рекламного ролика, который будет размещен в социальных сетях (например, «ВКонтакте»). Вы используете таргетинг для показа ролика целевым сегментам. Ролик должен акцентировать внимание на уникальном формате тренировок с помощью VR, а также на том, как это помогает людям оставаться в форме, не выходя из дома.

Составьте концепцию рекламного ролика. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат рекламного ролика.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): сюжет и герои, содержание сцен, графические элементы, цветовая палитра, композиционное решение, использование спецэффектов, технические параметры, ключевые моменты взаимодействия пользователя с VR и т.д.
4. Требования к тексту или аудио (не менее 3-х): структура закадрового текста или диалогов, основное сообщение, титры, стиль озвучки, музыка/звуковые эффекты, обязательные упоминания (ссылки), и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: привлечь внимание к инновационным VR-тренировкам. Показать преимущества тренировок дома. Увеличить количество подписок и клиентов, заинтересованных в современных технологиях и спорте.
2. Формат: вертикальное видео для социальных сетей. Длительность: 15-30 секунд.
3. Динамичный и энергичный ролик. Герой ролика находится в квартире, он надевает VR-шлем и сразу погружается в захватывающий виртуальный мир — горные вершины, футуристические города. Меняются VR-окружения в соответствии с разными типами тренировок/упражнений (кардио, йога, стретчинг, силовые упражнения). Кадры VR-реальности чередуются с кадрами героя в домашних условиях. В конце ролика герой снимает шлем, показывая свои результаты на экране приложения. Цветовая палитра: яркие

неоновые цвета для виртуальных миров. Нейтральные тона для домашних сцен, чтобы подчеркнуть контраст между реальностью и VR.

4. Фоновая музыка соответствует локации, в которой оказывается герой поиска в VR-реальности. Например, если в VR-реальности герой находится на природе, то звучат звуки леса, шум воды, пение птиц и т.д. В конце ролика произносится текст: «Попробуй новый уровень тренировок в виртуальной реальности «СуперФит Лайф». В описании к ролику указаны ссылка на сайт фитнес-центра и хештеги: #фитнес, #спорт, #vr.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы планируете запустить блог, ориентированный на молодых предпринимателей в сфере моды и дизайна одежды. В ваших постах вы хотите делиться советами по запуску собственного бренда, обсуждать тренды модной индустрии и приглашать экспертов для обмена опытом. Также вы планируете рассказывать о выборе материалов, стратегиях продаж и маркетинговых инструментах. Для успешного развития блога и создания контента, который будет интересен аудитории, вы решаете провести исследование своей целевой аудитории.

Целевая аудитория вашего блога — молодые дизайнеры и предприниматели от 18 до 30 лет, которые хотят запустить свой бренд одежды или уже занимаются бизнесом в этой сфере. Ниже представлен неполный портрет типичного представителя вашей аудитории.

 Алиса 19 лет Москва студентка, начинающий дизайнер	Интересы/увлечения/хобби	Ей нравится исследовать новые тренды в модной индустрии. Увлекается фотографией и созданием визуального контента. Ходит на выставки современного искусства.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Читает гляцевые журналы, следит за новостями модных коллабораций и брендов. Слушает подкасты о бизнесе и моде. Смотрит интервью с дизайнерами и предпринимателями на видеоплатформах, закулисные съемки с модных показов, уроки по созданию одежды, видеоблоги молодых дизайнеров.
	Ценности	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Потребности	Хочет узнать о том, как запустить успешный бренд с нуля, включая маркетинг и продажи. Нуждается в практических рекомендациях по продвижению бренда через социальные сети и другие медиа. Ищет вдохновение и мотивацию от успешных историй предпринимателей в моде.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 укажите не менее 3-х ценностей типичного представителя целевой аудитории.

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 и обоснуйте **один метод исследования**, с помощью которого вы могли бы выяснить, что беспокоит представителя вашей целевой аудитории и какие у него есть тревоги, проблемы и боли. Укажите название метода, коротко охарактеризуйте его и опишите, почему этот метод будет наиболее эффективен для исследования данного аспекта.

Возможный ответ:

1. Самовыражение через творчество и уникальный стиль. Ответственное потребление и использование экологичных материалов. Независимость и создание собственного бренда как способа реализации своих идей. Инновации в модной индустрии.
2. Алису беспокоит высокая конкуренция в индустрии моды и необходимость выделяться на фоне крупных брендов, нехватка знаний в области финансов и бизнес-стратегий. Ей сложно найти свою аудиторию и повысить лояльность клиентов в условиях высокой конкуренции.
3. Глубинное интервью. Это качественный метод исследования, который предполагает проведение индивидуальных бесед с представителями целевой аудитории. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании тревог целевой аудитории, потому что позволит в формате личной беседы выяснить, что беспокоит представителя целевой аудитории и почему. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапроекта, так как мы будем понимать, какие внутренние боли есть у человека и в соответствии с этим предлагать продукты/услуги, которые будут «закрывать» эти боли.

Задание 6.

Спичрайтер – это ...

- А. сотрудник рекламного агентства, в обязанности которого входит сочинение оригинальных рекламных текстов (слоганов)
- Б. специалист по составлению текстов речей для политических деятелей
- В. человек, пользующийся определенным авторитетом на информационном рынке, которого привлекают для обсуждения актуальных проблем вместо первых лиц
- Г. человек, который мастерски владеет искусством риторики, обладает актерскими способностями, отличается красноречием и богатым словарным запасом

Ответ: Б

Задание 7.

Сопоставьте часть публичной речи с её целевыми установками.

Целевые установки	Часть публичной речи
А) Усилить интерес к предмету речи	1. Вступление
Б) Установить взаимопонимание и доверие	2. Заключение
В) Суммировать сказанное, сделать выводы	
Г) Вызвать интерес, овладеть вниманием аудитории	
Д) Закрепить впечатление от речи	

Ответ: А2, Б1, В2, Г1, Д2

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Роман "Три товарища" увидел свет в 1938 году. Русской аудитории довелось прочитать "Трех товарищей" лишь спустя двадцать лет, когда в 1958 году был издан перевод. На долю романа выпала полоса чрезвычайной популярности и поистине страстной любви. Со временем, как водится, восторги поулеглись.

По прошествии нескольких десятилетий Галина Волчек задумала обратиться к "Трем товарищам", утверждая, что сегодняшний день способен вычитать в романе нечто более серьезное и жесткое, нежели историю мужской дружбы и щемяще-трогательной, но обреченной любви.

Замысленный масштабный и многонаселенный спектакль репетировался долго и обстоятельно. В нем чувствуется редкая ответственность режиссера за то, что он предлагает зрителю. Эту постановку можно упрекнуть в излишней фрагментарности: очень уж многое режиссеру казалось важным вместиť в несколько часов сценического действия. Спектакль рисковал остаться набором живых впечатляющих картинок, если бы не его героиня - Патриция Хольман в исполнении Чулпан Хаматовой.

Актриса играет юность, женственность, утонченность. Ее героиня абсолютно естественна во всех своих проявлениях. Для нее главное - люди вокруг и атмосфера открытости и дружелюбия; стены и обстановка - дело десятое. Для Пат в равной степени органичен серебристый вечерний туалет и скромный светлый плащик, поход в театр и вечер, проведенный за стаканом рома в далеком от фешенебельности высшего света кабачке. Понимание собственной обреченности ни на секунду не дает вырваться наружу суетности и слезливости.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Мир аниме», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля азиатской поп-культуры «Isekai fest». На фестивале организованы: лекции, мастер-классы и интерактивы, встречи с актёрами озвучки и автограф-сессии, к-рор танцы, конкурсы косплея и выставка костюмов, просмотр сериалов на большом экране, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у приглашённых артистов и экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классах, научиться азам танка с стиле k-рор, примерить костюм и превратиться в героя аниме, посмотреть шедевры азиатской анимации на большом экране и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Мир аниме», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля азиатской поп-культуры «Isekai fest». На фестивале организованы: лекции, мастер-классы и интерактивы, встречи с актёрами озвучки и автограф-сессии, k-рор танцы, конкурсы косплея и выставка костюмов, просмотр сериалов на большом экране, фудкорт, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Мир аниме» - мужчина или женщина 12-25 лет, увлекающийся азиатской культурой и, возможно, изучающий один из восточных языков. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация об аниме и японской культуре, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своими впечатлениями и эмоциями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира азиатской поп-культуры и другого контента (фото, видео, мемы, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 28

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

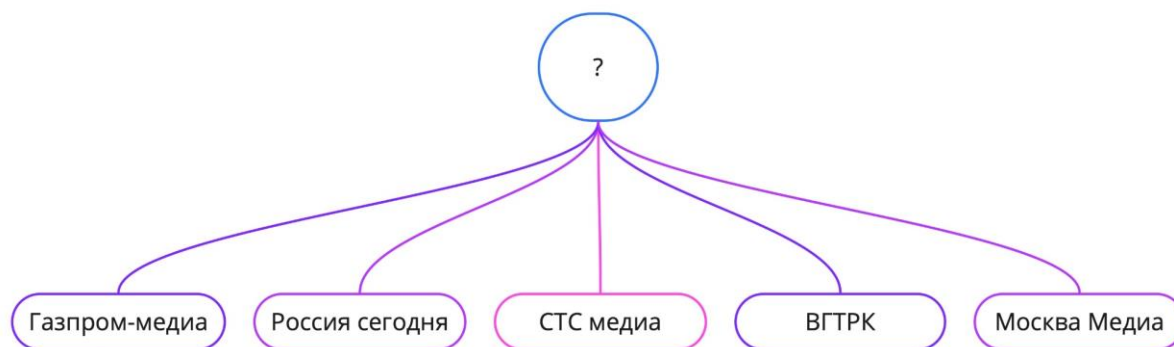
« _____ » отличался от фонографа улучшенным качеством благодаря тому, что его создатель Эмиль Берлинер решил использовать в качестве носителя для записи звука не валик, а плоскую пластинку.

1. Магнитофон
2. Кинетоскоп
3. Фонограф
4. Диктофон
5. Граммофон

Ответ: 5

Задание 2.

Какой термин зашифрован на схеме?



1. Издательства
2. Телеканалы
3. Радиостанции
4. Медиахолдинги
5. Продакшены

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.

Репортаж строится вокруг интересных тем. Темы для репортажа чаще всего связаны с тем, что недоступно или малоизвестно для читателей. Чем более необычной будет тема, тем больше она заинтересует 1) _____. Чтобы репортаж был захватывающим, важно увидеть в теме 2) _____ — проблему, которую персонажи пытаются решить.

Наблюдение — важная часть подготовки. 3) _____ должен уметь выделять важные моменты, которые продвигают конфликт. При этом не нужно записывать все подряд, иначе важные 4) _____ потеряются. Повествование может развиваться как во 5) _____, так и в пространстве. Начало не всегда совпадает с началом события, а конец может быть на несколько шагов позже его завершения. Чтобы репортаж был кинематографичным, текст

нужно строить как набор сменяющихся 6) _____, словно в фильме. Залог успеха репортажа заключается в том, чтобы создать эффект 7) _____. Так читатель может почувствовать себя на месте событий.

Возможный ответ:

- 1) Аудиторию/читателя
- 2) Конфликт
- 3) Журналист
- 4) Детали
- 5) Времени
- 6) Планов/сцен/эпизодов
- 7) Присутствия

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете креативным менеджером в рекламном агентстве в городе N. Ваш клиент — приют для животных «Добрые Лапы», который организует благотворительное мероприятие «День открытых дверей». Цель мероприятия — привлечь внимание к приюту, повысить уровень осведомленности о проблеме бездомных животных, найти новых владельцев для питомцев и собрать пожертвования. Мероприятие включает экскурсию по приюту, знакомство с животными, лекции от ветеринаров и активистов, а также интерактивные зоны для гостей с детьми.

В рамках продвижения мероприятия вы планируете дать рекламу в городских новостных каналах в «Телеграме». Ваша задача — рассказать о мероприятии и привлечь максимальное количество участников и доноров.

Составьте концепцию поста для телеграм-каналов. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламной кампании.
2. Формат(ы) контента.
3. Требования к визуальному контенту (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: привлечь внимание к приюту и проблеме бездомных животных. Мотивировать людей посетить мероприятие и стать донорами или усыновить питомца. Увеличить пожертвования и найти новых волонтеров для приюта.
2. Формат: текстовый пост с фото животных.
3. Фотографии животных, готовых к усыновлению, с графическими элементами, которые как бы передают мысли животных: «Давай будем дружить», «Я ищу нового друга» и т.д. Цветовая гамма: теплые, приглушенные тона (бежевый, пастельные цвета), которые создают атмосферу уюта и заботы. Настроение: позитивное, доброе, с акцентом на спасение и поддержку.
4. Текст поста начинается с заявления проблемы бездомных животных и аргументов о том, почему нужно помогать животным. В основной части — программа мероприятия, возможности усыновления. В заключении — призыв к действию — прийти на мероприятие,

пожертвовать, усыновить. Стил ь и тональн ость (tone of voice): доброжелательный, вдохновляющий, эмоциональный, мотивирующий помочь. Объем: 50-100 слов.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы решаете запустить телеграм-канал, ориентированный на родителей дошкольников, которые хотят развивать своих детей через игры и образовательные активности. В канале вы будете публиковать рекомендации игр, книжек, методик раннего развития, а также приглашать экспертов (логопедов, психологов и педагогов), чтобы делиться их опытом. Посты планируются каждый день. Для того чтобы ваш канал был полезным и интересным, вы решаете провести исследование своей целевой аудитории. Вы полагаете, что целевая аудитория канала — родители детей 3–6 лет, которые ищут идеи для развития ребенка дома. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Елена 35 лет Уфа мать двоих детей: 10 и 6 лет учитель	Интересы/увлечения/хобби	Чтение книг по воспитанию детей. Посещение детских мероприятий, таких как занятия по рисованию, музыке или спортивные секции. Создание развивающих игр и игрушек для ребенка своими руками.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Семья и благополучие детей на первом месте. Образование и развитие ребенка через игры и взаимодействие. Ответственное родительство и эмоциональная поддержка детей.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Баланс между работой и воспитанием детей. Поиск безопасных и эффективных развивающих активностей для детей. Не знает, где получить экспертные советы по воспитанию и образованию детей.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

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

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите и обоснуйте **один метод исследования**, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает телеграм-каналы и группы в социальных сетях, посвященные воспитанию и раннему развитию детей. Смотрит видео с образовательными занятиями и играми для детей. Читает статьи на специализированных сайтах, таких как «Я — родитель».

2. Хочет получать идеи для домашних развивающих игр и активностей. Ищет рекомендации по выбору книжек и материалов для дошкольников. Нуждается в профессиональных советах по воспитанию и психологическому развитию детей.

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Стендап (в журналистике) – это ...

- А. процесс исправления ошибок и опечаток после редактуры
- Б. процесс расположения текстов и иллюстраций на газетной полосе
- В. комедийное представление разговорного жанра, в котором, как правило, один исполнитель выступает перед живой аудиторией
- Г. часть телесюжета, в которой корреспондент появляется в кадре и что-то говорит, обращаясь к зрителям

Ответ: Г

Задание 7.

Сопоставьте часть публичной речи с её целевыми установками.

Целевые установки	Часть публичной речи
А) Сообщить информацию	1. Основная часть 2. Заключение
Б) Убедить аудиторию	
В) Усилить интерес к предмету речи	
Г) Обосновать свою точку зрения	
Д) Закрепить впечатление от речи	

Ответ: А1, Б1, В2, Г1, Д2

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Имя итальянского комедиографа и сценариста Альдо де Бенедетти стало известно российским зрителям благодаря Роману Виктюку, поставившему в театре им. Вахтангова его пьесу "Я тебя больше не знаю, милый". Новое обращение к драматургии писателя, создавшего 23 пьесы и около 120 сценариев, состоялось на сцене театра-студии п/р Олега Табакова.

Судьба комедии "Сублимация любви" (оригинальное название "Паола и львы"), сложилась по словам переводчика "отнюдь не безоблачно". Написанная в 1963 году пьеса не была принята на родине автора и первая ее постановка состоялась лишь в 1995 году (т.е. через 15 лет после смерти драматурга).

Сюжет "Сублимации любви" представляет собой пряный коктейль из любви, политики и искусства. Под стать сюжету и стильные декорации Александра Боровского, искусно сочетающие в себе задник, изображающий бесконечное количество падающих Пизанских башен; строгую современную офисную мебель и эффектно смотрящийся на ослепительно синем фоне кожаный диван сочно-красного цвета, кажется попавший на сцену прямо со страниц глянцевого модного журнала. Если художника спектакля можно упрекнуть в излишней, прямо-таки нарочитой яркости декораций, то режиссера трудно обвинить в крикливой демонстрации своего "я". Александр Марин тактично ушел в тень, оставив сцену актерам, вдохновенно дарящим зрителям свое мастерство.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Два колеса», и вас направляют в качестве журналиста на открытие мотофестиваля «Навстречу ветру». На фестивале организованы: мотопробег по центру столицы, показательные заезды профессиональных мотоспортсменов, концерт, конкурсы, файер-шоу, розыгрыш мотоцикла, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у приглашённых артистов и спортсменов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мотопробегах в качестве пассажира, посетить концерт и показательные выступления, поучаствовать в розыгрыше мотоцикла и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Два колеса», и вас направляют в качестве журналиста на открытие мотофестиваля «Навстречу ветру». На фестивале организованы: мотопробег по центру столицы, показательные заезды профессиональных мотоспортсменов, концерт, конкурсы, файер-шоу, розыгрыш мотоцикла, фудкорт, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Два колеса» - мужчина 30-50 лет, увлекающийся мотоспортом и ведущий активный образ жизни. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о мотоциклах и мотоспорте, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом и обращаться за советом к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира мотоспорта и другого контента (фото, видео, мемы, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 29

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

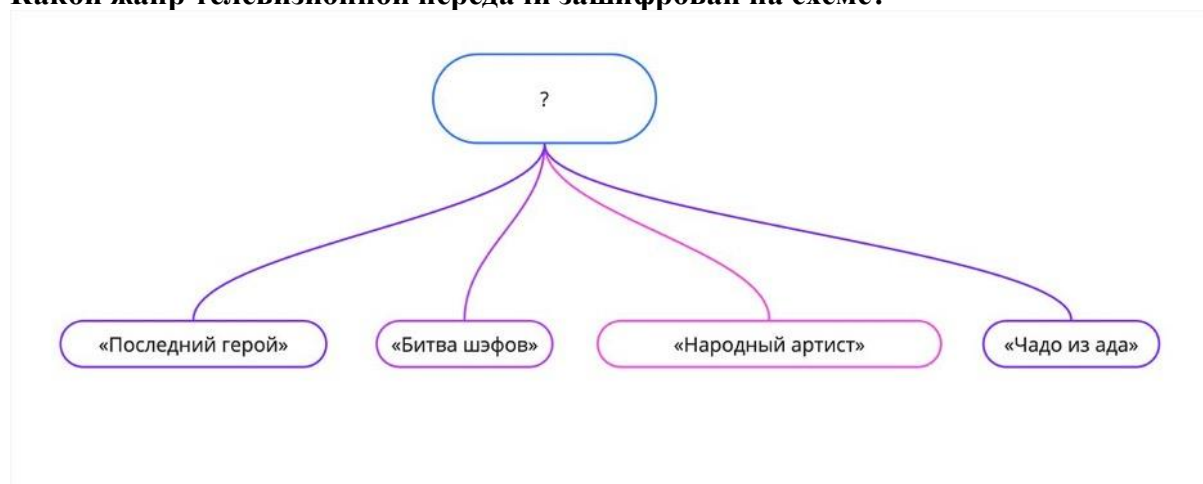
Реклама, настроенная на показ определенной целевой аудитории по различным критериям, называется «_____».

1. Контекстная реклама
2. Медийная реклама
3. Таргетированная реклама
4. Вирусная реклама
5. Нативная реклама

Ответ: 3

Задание 2.

Какой жанр телевизионной передачи зашифрован на схеме?



1. Ток-шоу
2. Телевизионные викторины
3. Кулинарные шоу
4. Реалити-шоу
5. Документальные фильмы

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.

При создании рекламной кампании важно учитывать 1)_____ целевой аудитории. Для этого проводится 2)_____, которое помогает собрать данные. На основе этих данных разрабатывается рекламная 3)_____, которая включает ключевые сообщения и визуальные решения. После этого важно выбрать 4)_____ коммуникации для распространения контента: социальные сети, сайты, мобильные приложения и т.д.

Следующим этапом является подготовка 5)_____: видеороликов, баннеров и т.д. В конце кампании проводится анализ для оценки ее 6)_____, что помогает скорректировать стратегию в будущем. Этот анализ включает изучение ключевых показателей, таких как 7)_____ аудитории, конверсия и уровень взаимодействия с контентом. Это позволяет не

только улучшить текущие результаты, но и повысить эффективность будущих рекламных кампаний.

Возможный ответ:

- 1) Потребности/интересы/запросы
- 2) Исследование
- 3) Стратегия
- 4) Каналы
- 5) Контента/рекламного контента
- 6) Эффективности
- 7) Охват

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в PR-агентстве. Ваш клиент — современный художник Николай Петров — создал уникальную серию картин «Гармония хаоса», в которой он объединяет геометрические фигуры и вырезки из старых газет. Художник обратился к вам для продвижения своей выставки, которая пройдет в Москве. Ваша задача — вывести его творчество на рынок и привлечь внимание аудитории к выставке. Работы можно будет приобрести в галерее и на сайте художника.

Рекламная стратегия, предложенная вашей командой, включает сотрудничество с популярными медиа о современном искусстве и дизайне. Вы выбрали интернет-журнал, который регулярно публикует материалы о современном искусстве и активно поддерживает начинающих художников. Вы хотели бы предложить журналу сделать лонгрид о творчестве и жизненном пути Николая.

Составьте концепцию лонгрида. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель.
2. Форматы контента, которые будут использованы в лонгриде.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): содержание изображений, видео или визуальных элементов, композиционное решение, цветовая гамма, технические параметры и т.д.
4. Требования к тексту (не менее 3-х): структура материала и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), объем текста, стиль контента/тональность (tone of voice) и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: привлечь внимание широкой аудитории к творчеству Николая Петрова и его выставке «Гармония хаоса». Мотивировать читателей посетить выставку и приобрести картины.
2. Формат: текст, фотографии, фотослайдеры.
3. В начале лонгрида представлена фотография самого художника крупным планом. Текст дополняют фотографии картин художника. Добавить несколько слайдеров для сравнения картин на разных этапах их создания. Используется сбалансированная цветовая палитра, которая отражает характер работ Николая, и нейтральные фоны, чтобы акцентировать внимание на ярких картинах художника.
4. Структура текста строится следующим образом. В начале лонгрида краткое вступление с информацией о художнике. Основная часть — интервью с Николаем Петровым. Интервью содержательно делится на три части: история творческого пути художника, его уникальная техника, философия и источники вдохновения. В завершении лонгрида — информация о

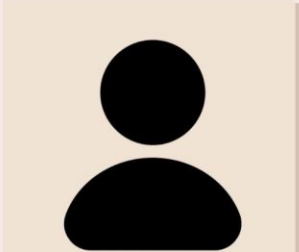
предстоящей выставке и ссылка на сайт для покупки билетов. Объем текста: 1500–2000 слов, разбитых на легко читаемые блоки. Язык лонгрида должен быть доступным и понятным широкой аудитории.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы решаете запустить RuTube-канал, ориентированный на любителей фитнеса и здорового образа жизни. В ваших видео вы планируете делиться тренировочными программами, рецептами здорового питания, освещать разные аспекты диетологии и приглашать профессиональных тренеров и диетологов для обсуждения эффективных методов тренировок и питания. Для того чтобы понять, какой контент будет наиболее востребован, вы решаете провести исследование своей целевой аудитории.

Целевая аудитория — люди в возрасте от 20 до 40 лет, которые стремятся к улучшению своей физической формы и здоровью, интересуются фитнесом, несколькими направлениями тренировок и правильным питанием. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 София 23 года Одинцово тренер по йоге	Интересы/увлечения/хобби	Тренировки, правильное питание, активный образ жизни, участие в спортивных мероприятиях. Любит путешествия с друзьями. Читает книги по саморазвитию и здоровому образу жизни, смотрит лекции по схожим темам.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Здоровье и физическая форма как основа качества жизни. Открытость к новым идеям и подходам в тренировках и питании. Сообщество единомышленников и поддержка в достижении целей. Сбалансированность между работой и личной жизнью, а также забота о психическом здоровье.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Недостаток времени для занятий спортом и готовки здоровой еды в условиях плотного графика. Неуверенность в выборе правильного подхода к тренировкам и питанию — большой объем информации вызывает путаницу.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

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

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите и обоснуйте **один метод исследования**, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает блоги о фитнесе, книги по диетологии и здоровому образу жизни, женские и мужские журналы с темами здоровья и спорта, например журнал «Women's Health Россия». Смотрит видео о тренировках и питании, шоу о влиянии различных диет на здоровье, фильмы и документальные программы о спортивных событиях. Слушает подкасты о фитнесе, например подкаст «С тренером», интервью с тренерами и экспертами в области здоровья, а также аудиокниги о саморазвитии и психологии.

2. У Софии есть потребность в качественной информации о тренировках и питании, проверенной экспертами. Она хочет иметь доступ к удобным и эффективным тренировочным программам, которые можно выполнять в любом месте, хочет узнать рецепты здорового питания, адаптированные под различные диеты и предпочтения. Также для нее важна связь с сообществом для обмена опытом и получения поддержки.

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Подводка – это ...

- А. часть телесюжета, в которой корреспондент появляется в кадре и что-то говорит, обращаясь к зрителям
- Б. общение журналиста со случайно выбранными людьми
- В. речь журналиста перед телесюжетом, которая подводит зрителя к новости
- Г. основной текст произведения от завязки до развязки

Ответ: В

Задание 7.

Сопоставьте часть публичной речи с её целевыми установками.

Целевые установки	Часть публичной речи
А) Убедить аудиторию	1. Вступление 2. Основная часть
Б) Установить взаимопонимание и доверие	
В) Подготовить аудиторию к восприятию речи	
Г) Побудить слушателей к конкретным действиям	
Д) Сообщить информацию	

Ответ: А2, В1, В1, Г2, Д2

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Многолетний постановщик Рижского ТЮЗа Адольф Шапиро, перебравшись в Москву, ставит здесь не часто, но уж столичные коллективы для совместной работы выбирает осмотрительно. Сегодня в том же театре он обращается к "На дне", одной из самых скомпрометированных советской эпохой пьес буреветника революции.

При том, что режиссером продумана жизненная история каждого, будь то Актер (А. Смоляков) или Татарин (С. Угрюмов), зрителю нелегко дается вместить в сознании и воспринять столько покалеченных биографий. Безысходность существования в этом мирке (путь вовне один - побег, хотя бы даже и в смерть), однако, очевидна. Ее играют все: понимание этой обреченности сквозит в утешительно-добродушных репликах Луки, непримиримость по отношению к ней - в сжимающей слабые кулачки Наташе (студентка Школы-студии МХАТ М. Салова), вызов - в невеселой браваре шулера и говоруна Сатина (А. Филиппенко); растерянность - в наивно-доверчивых интонациях Актера, его широко распахнутых глазах и мольбе во взгляде...

Актерский ансамбль достоин высоких слов. Тем не менее, в нем выделяются: Смоляков (в хорошую сторону) и Безруков с Германовой (в противоположную). Первый играет неожиданно, тонко и глубоко, последние - напротив, предсказуемо, жирно и бездумно.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Развивайка», и вас направляют в качестве журналиста на открытие детского фестиваля «Мир детства». На фестивале организованы: творческие мастер-классы для детей, концертная программа, спортивные игры, анимация, танцевальный флешмоб, показ мультсериалов, парад сказочных героев, лекции от ведущих экспертов в области воспитания и психологии для взрослых фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у приглашённых артистов и экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Посетить лекцию эксперта и задать вопрос, поделиться полезной информацией с читателями, посмотреть на парад сказочных героев, принять участие в творческом мастер классе, поработать аниматором и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Развивайка», и вас направляют в качестве журналиста на открытие детского фестиваля «Мир детства». На фестивале организованы: творческие мастер-классы для детей, концертная программа, спортивные игры, анимация, танцевальный флешмоб, показ мультсериалов, парад сказочных героев, лекции от ведущих экспертов в области воспитания и психологии для взрослых фудкорт, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Развивайка» - женщина 25-40 лет, имеющая детей и заботящаяся об их воспитании и развитии. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о развитии и воспитании детей, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом и обращаться за советом к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира детского воспитания и развития и другого контента (фото, видео, мемы, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 30

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

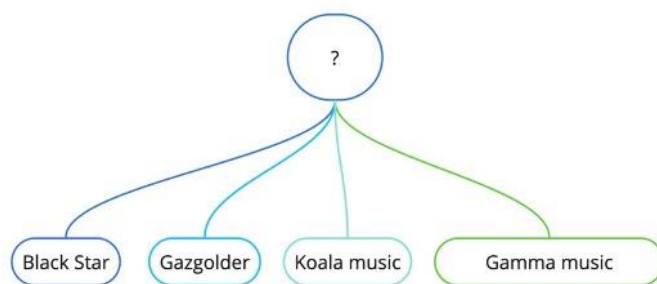
Первый «_____» в СССР состоялся 24 сентября 1986 года. Мероприятие прошло между Москвой и Нью-Йорком с целью обсуждения вопросов мира и безопасности, а также для укрепления международного диалога в условиях холодной войны. Это стало значительным шагом в развитии телевидения и коммуникационных технологий.

1. Лайф
2. Стрим
3. Телемост
4. Телепроект
5. Прямой эфир

Ответ: 3

Задание 2.

Какое понятие, объединяющее все эти названия, зашифровано на схеме?



1. Кинокомпании
2. Лейблы звукозаписи
3. СМИ
4. Стриминговые платформы
5. Книжные издательства

Ответ: 2

Задание 3.

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

Лонгрид — это формат журналистского 1)_____, который отличается глубиной проработки темы и расширенным объемом текста. Современные технологии позволяют создавать лонгриды в онлайн-формате с использованием мультимедийных компонентов. В отличие от стандартных новостных статей, лонгриды предлагают читателю более детальный анализ, исследование различных аспектов проблемы и, как правило, сопровождаются 2)_____, графиками и видео.

Прежде чем приступить к созданию лонгрида, необходимо найти 3)_____, которая будет интересна вашей аудитории. Несмотря на объем, текст должен быть хорошо 4)_____ и легко читаемым. Важно разбить материал на разделы. 5)_____ — представление темы и ключевых вопросов. 6)_____ — детальное изложение с аргументами, примерами и

фактами. Можно использовать подзаголовки для разных аспектов темы. 7) _____ — выводы или прогнозы, подведение итогов.

Возможный ответ:

- 1) Материала
- 2) Иллюстрациями/фотографиями/фото
- 3) Тему
- 4) Структурированным
- 5) Введение
- 6) Основная часть
- 7) Заключение

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в PR-агентстве. Ваш клиент — бренд спортивной одежды «ActiveMotion» — запустил новую линейку продукции, ориентированную на молодежь, которая ведет активный образ жизни. Ваша задача — продвигать бренд и его продукцию на рынке. Одежду можно приобрести через интернет-магазин и в торговых точках.

Рекламная стратегия, разработанная вашей командой, включает в себя сотрудничество с блогерами в социальной сети «ВКонтакте». Вы решаете обратиться к Олегу Битцеву, который ведет блог на тему спорта, активного образа жизни и стиля. Блогер пишет посты и снимает видео о тренировках, фитнесе и мотивации, но больше всего просмотров набирает контент в VK Clips. Вы полагаете, что аудитория блогера заинтересуется новой линейкой спортивной одежды, и поэтому заказываете у него рекламную интеграцию.

Составьте концепцию рекламной интеграции. 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.

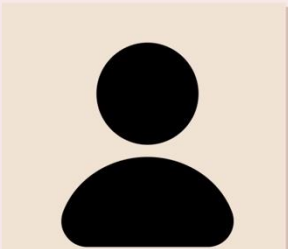
Возможный ответ:

1. Цель: привлечь внимание аудитории блогера к новой линейке спортивной одежды бренда «ActiveMotion». Увеличить продажи через интернет-магазин и повысить узнаваемость бренда среди молодежи.
2. Формат: вертикальный видеоролик длительностью 30–60 секунд
3. Видео должно показывать блогера в разных образах из линейки «ActiveMotion» в разных обстоятельствах: бег, занятия в спортзале, отдых на природе. Быстрая смена кадров под динамичную музыку. В кадре должно быть видно логотип бренда на одежде. Эмоциональный посыл: акцент на легкость, уверенность, драйв. Яркие и насыщенные цвета одежды должны выделяться на фоне пространства. Разрешение видео: минимум 1080p.
4. В описании к видео должно быть указано название бренда — «ActiveMotion», промокод от блогера и преимущества его использования, например, скидка 20%. Также прикрепить к видео ссылку на страницу магазина бренда. Добавить хештеги: #фитнес, #спорт, #одеждадляспорта.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы планируете создать приложение для изучения иностранных языков, ориентированное на подростков и молодежь. В приложении будут интерактивные задания, игровые элементы и возможность общения с носителями языка. Чтобы понять, какие функции и материалы будут наиболее привлекательными, вы решаете провести исследование целевой аудитории. Целевая аудитория — подростки и молодые люди от 13 до 25 лет, заинтересованные в изучении новых языков, путешествиях, культурных обменах и новых знакомствах. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Маргарита 16 лет Калининград ученица 10-го класса	Интересы/увлечения/хобби	Хорошо учится, хочет стать переводчиком. Увлекается историческими танцами. Много читает. В свободное время старается посещать музеи.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Семья. Друзья. Образование: ценит знания и стремится развиваться. Для нее изучение языка — это способ построить карьеру в будущем.
	Потребности	Доступ к интерактивным материалам при обучении языкам, чтобы сделать процесс увлекательным и менее утомительным. Возможность практиковать язык с носителями и получать обратную связь, так как чувствует нехватку общения на иностранном языке. Хочет иметь возможность путешествовать. Также ей важна связь с друзьями и единомышленниками, возможность общения с людьми из других стран и культур.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 вам нужно описать медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Приведите не менее 3-х источников получения информации, укажите конкретные медиаресурсы и 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 и обоснуйте **один метод исследования**, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

- Смотрит различные шоу про путешествия, такие как «Руссо Экспрессо», «Запретный Китай». Слушает подкасты про обучение, саморазвитие, например «Образовательный подкаст Фактор g». Читает художественную литературу и литературу на иностранном языке.
- Маргарита беспокоится о том, что ее знания языка недостаточно хороши для общения. Не знает, как все успеть — учеба, работа, хобби и изучение языков. Испытывает сложность в поиске качественных ресурсов для изучения языков и общения с носителями.
- Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в

исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Лид (в журналистике) – это ...

- А. преамбула, вводная часть информационного сообщения
- Б. название текста, его главный тезис
- В. контакт (например, имейл-адрес), который затем используют в маркетинговой воронке
- Г. основной текст произведения от завязки до развязки

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте вид интервью с целью, которое оно преследует.

Цель	Виды интервью
А. Выяснить мнение определённой группы людей по одному и тому же вопросу	1) Протокольное интервью
Б. Выявить различные точки зрения на какую-либо проблему и возможные пути её разрешения	2) Информационное интервью
В. Получить официальные разъяснения по политическим вопросам	3) Интервью-анкета
Г. Получить информацию от сведущего лица или свидетеля какого-либо события	4) Интервью-дискуссия

Ответ: А3, Б4, В1, Г2

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

"Песочный человек" Гофмана принадлежит циклу "Ночных повестей", о которых Г. Гейне писал: "Дьяволу не написать ничего более дьявольского". Жанр сценической фантазии режиссера Марина по мотивам философски-мистического повествования Гофмана постмодернистски вызывающ: "Триллер времен Просвещения". Так гласит афиша.

Взявшись перекраивать Гофмана на свой лад, Марин достиг результата более чем скромного - среднестатистической современной страшилки с потугами на интеллектуальность. Укоротив имя главного героя с Натанаэля до Натана, переместив персонажей из технической среды в сферы искусства и живописи, изменив реальный и жуткий гофмановский финал на надуманно-иносказательный и бесчувственно-холодный, режиссер преподнес зрителю не слишком занимательное полуторачасовое зрелище.

Спектакль перенасыщен недодуманными мыслями, а какая-либо полноценная, сквозная отсутствует. Весьма уместной по отношению к постановщику кажется фраза Л.Н. Толстого: "Он пугает, а мне не страшно".

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Мир шахмат», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Ход конём». На фестивале организованы: соревнования по шахматам среди всех возрастных категорий, сеанс одновременной игры с чемпионом Европы по шахматам, встреча в формате вопрос-ответ со звездами отечественных шахмат, мастер-классы для начинающих, тематические викторины и лекции по истории данного вида спорта, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у приглашённых звёзд-спортсменов и экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Попробовать свои силы в сеансе одновременной игры с чемпионом или принять участи в мастер-классе для начинающих, посетить лекцию по истории шахмат или проверить свои знания в викторине и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Мир шахмат», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Ход конём». На фестивале организованы: соревнования по шахматам среди всех возрастных категорий, сеанс одновременной игры с чемпионом Европы по шахматам, встреча в формате вопрос-ответ со звездами отечественных шахмат, мастер-классы для начинающих, тематические викторины и лекции по истории данного вида спорта, фудкорт, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Мир шахмат» - женщина или мужчина 25-40 лет увлекающийся шахматами или профессионально занимающийся данным видом спорта. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о шахматах, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом или достижениями и обращаться за советом к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира шахмат и другого контента (фото, видео, мемы, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 31

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

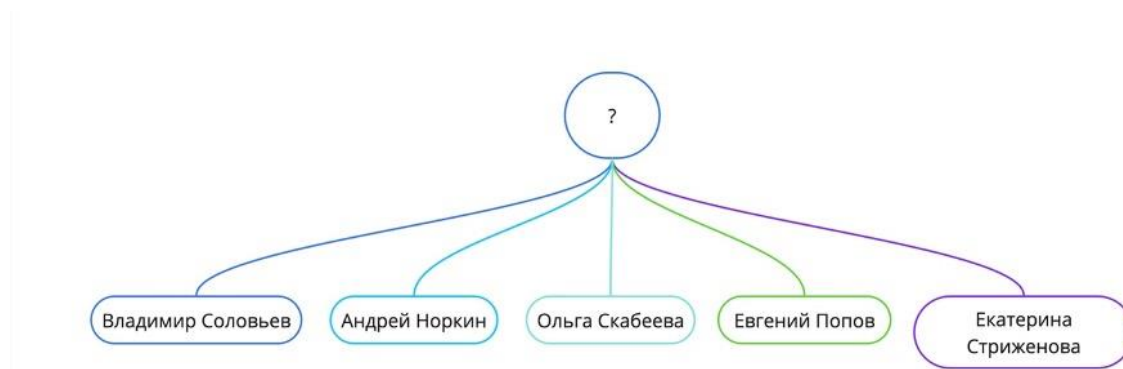
«_____» — это процесс проверки фактов и информации на достоверность перед публикацией материала.

1. Литературное редактирование
2. Фактчекинг
3. Стенография
4. Модерация
5. Презентация

Ответ: 2

Задание 2.

Какая профессия зашифрована на схеме?



1. Главный редактор
2. Режиссер
3. Сценарист
4. Медиаменеджер
5. Телеведущий

Ответ: 5

Задание 3.

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

Вы работаете в 1)____-службе молодой компании «Вверх», которая занимается разработкой программного обеспечения для компьютеров. Вы отвечаете за связь вашей организации и 2)____, именно вам часто приходится общаться с представителями телеканалов и тематических журналов. Со дня на день ваша компания планирует провести масштабное мероприятие. Это важное репутационное событие, поэтому вам нужно привлечь к нему внимание общественности. В ваши задачи входит подготовка и отправка журналистам и изданиям 3)____, в котором представлен главный инфоповод. Также вы готовитесь организовать 4)____, чтобы в формате живого диалога руководители компании ответили на вопросы журналистов и блогеров. Некоторые телеканалы уже связались с вами и договорились, что на форуме директор вашей компании даст 5)____,

в котором подробнее расскажет о новинках. Также вы поставили задачу 6) _____ сделать 7) _____ мероприятия в социальных сетях компании «Вверх».

Возможный ответ:

- 1) Пресс\PR
- 2) СМИ
- 3) Пресс-релиза
- 4) Пресс-конференцию
- 5) Интервью\комментарий
- 6) SMM-специалистам\SMM-менеджеру\SMM-отделу\SMM
- 7) Анонс

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в PR-службе телеканала «Добрый». Ваш телеканал запускает новое кулинарное шоу «Вкус звезды», которое будет вести известный шеф-повар. Каждый выпуск к шефу будут приходить звездные гости. Шоу будет выходить каждую среду в 19:00.

Шеф-повар и его гость будут готовить интересные блюда и беседовать о жизни, карьере и гастрономических предпочтениях. Рассуждения о творческом вдохновении, забавные истории и советы от именитых персон создадут увлекательный контент, который привлечет внимание зрителей.

На данном этапе канал активно занимается продвижением нового шоу, в том числе в социальных сетях.

Составьте концепцию проморолика для шоу. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель проморолика.
2. Формат.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): сюжет и герои, содержание сцен, графические элементы, цветовая палитра, композиционное решение, использование спецэффектов, технические параметры и т.д.
4. Требования к тексту или аудио (не менее 3-х): структура закадрового текста или диалогов, основное сообщение, титры, стиль озвучки, музыка/звуковые эффекты и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: привлечение внимания аудитории и подогрев зрительского интереса к предстоящему проекту
2. Формат: видеоролик длительностью до 1 минуты, горизонтальный формат 16:9.
3. Динамичный ролик, построенный на кадрах ингредиентов. Кадр 1: сырая курица, листья салата, помидоры, фета. Крупный план. Кадр 2: готовый салат из того, что было в предыдущем кадре. Несколько аналогичных кадров. Предпоследний кадр: поварская шапка, китель, половник. Следующий кадр: наш шеф-повар. В конце пэкшот. Цветовая гамма: теплые, насыщенные цвета (красный, оранжевый и зеленый), символизирующие еду и радость, в сочетании с нейтральными фонами для выделения блюд.
4. На протяжении всего проморолика звучит ритмичная музыка с итальянскими мотивами. В конце диктор говорит название шоу «Вкус звезды», слоган проекта «Звездные рецепты успеха» и фразу «Только на телеканале «Добрый». В конце ролика должны быть два титра, первый с названием проекта, второй с датой выхода.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы собираетесь запустить портал, посвященный личным финансам и инвестициям. На платформе вы будете публиковать статьи, видео и курсы, помогая людям научиться управлять своими финансами, инвестировать в акции, а также планировать собственный бюджет. Чтобы сделать ваш контент более актуальным и полезным, вы решаете провести исследование своей целевой аудитории.

Целевая аудитория — люди от 25 до 45 лет, интересующиеся личными финансами, стремящиеся к финансовой независимости и готовые учиться управлению капиталом. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

	Интересы/увлечения/хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Читает экономические и деловые издания (Forbes, РБК). Слушает подкасты на экономические темы. Читает книги по саморазвитию. Общается с друзьями в социальных сетях.
	Ценности	Саморазвитие, финансовая стабильность и безопасность.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Бойится потерять деньги при инвестировании из-за недостатка опыта. Хочет начать покупать акции, но мало знает об этом. Не понимает сложных финансовых терминов. Ему трудно планировать свой бюджет, часто бывает так, что не хватает денег на крупные покупки.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. В свободное время Игорь предпочитает занятия спортом, например, большой теннис и горные лыжи. Он также увлекается кулинарией. Любит проводить время в компании друзей и активно путешествует по миру.

2. Нуждается в актуальной и достоверной информации о финансовых инструментах, ценах на акции и криптовалюту, а также в методах эффективного управления бюджетом. Ищет материалы, которые помогут понять сложные финансовые концепции и применить их на

практике. Испытывает тревожность по поводу своих финансов, поэтому хочет чувствовать себя более уверенно и спокойно, планируя свое финансовое будущее.

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Пресс-конференция – это ...

- А. специально подготовленный информационный материал о событии, мероприятии, товаре, услуге, распространяемый среди СМИ и журналистов
- Б. процесс распространения идей, норм, взглядов, ценностей, знаний и т. п. с целью внедрения в поведенческие установки людей
- В. форма и способ информирования журналистов и СМИ представителями государственных, общественных и иных структур
- Г. официальное правительственное сообщение по вопросам международного значения

Ответ: В

Задание 7.

Сопоставьте вид заметки с целью, которую она преследует.

Цель	Виды заметок
А. Привлечь читателя к обсуждению различных вопросов Б. Сообщить о событиях, фактах и явлениях, представляющих общественный интерес В. Обратить внимание общественности на тот или иной недостаток Г. Представить мнение автора или читателя на то или иное событие	1) Информационная 2) Заметка-отклик 3) Критическая 4) Полемическая

Ответ: А4, Б1, В3, Г2

Задание 8.

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

Пётр Петрович Семёнов-Тян-Шанский - знаменитый русский географ, президент Русского энтомологического общества, почётный член Императорской академии наук. Родившись в семье военного и окончив Школу юнкеров, Пётр Семёнов мог сделать блестящую военную карьеру, но, увлечшись географией и ботаникой, предпочёл науку.

Возглавляя Русское географическое общество с 1873 по 1914 год, Пётр Петрович помогал организовывать исследовательские экспедиции, в одной из которых принимал участие Николай Михайлович Пржевальский. Учёному принадлежит ряд уникальных трудов по географии и энтомологии - науки, изучающей насекомых.

П.П. Семёнов был весьма разносторонним человеком: собрал уникальную коллекцию картин, которую завещал Эрмитажу; в 1897 году инициировал проведение первой в России переписи населения. В честь 50-летия экспедиции на Тянь-Шань Николай II повелел добавить к фамилии Семёнова Тянь-Шанский. В честь выдающегося учёного были названы многие географические объекты в Средней и Центральной Азии, на Аляске, Кавказе.

Ответ: Биографическая справка. Текст представляет собой рассказ о жизненном пути человека, его значимых увлечениях

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Конный спорт», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Золотая подкова». На фестивале организованы: соревнования по конному спорту среди профессионалов, мастер-классы по верховой езде для новичков, познавательные викторины, интерактивные игры, лекции по истории конного спорта, экскурсии, благотворительная акция, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у приглашённых спортсменов и экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классе по верховой езде, проверить свои знания в викторине, посетить лекцию и поделиться интересными фактами с читателями, посетить соревнования и взять интервью у победителя

и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Конный спорт», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Золотая подкова». На фестивале организованы: соревнования по конному спорту среди профессионалов, мастер-классы по верховой езде для новичков, познавательные викторины, интерактивные игры, лекции по истории конного спорта, экскурсии, благотворительная акция, фудкорт, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Конный спорт» - женщина или мужчина 25-40 лет увлекающийся или профессионально занимающийся конным спортом. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о лошадях и конном спорте, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом или достижениями и обращаться за советом к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира конного спорта и другого контента (фото, видео, мемы, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 32

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

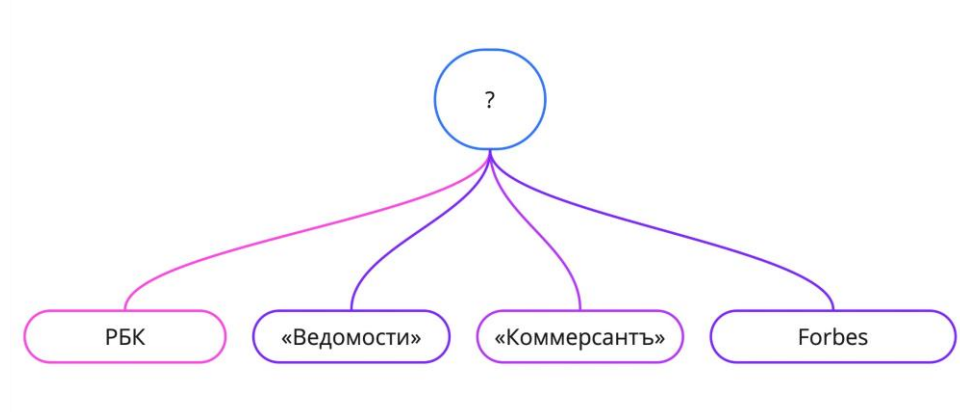
Показатель, который отражает количество уникальных пользователей, увидевших данное рекламное сообщение, называется «_____».

1. Частота
2. Охват
3. CTR
4. Вовлеченность
5. Конверсия

Ответ: 2

Задание 2.

К какой тематической категории относятся перечисленные на схеме СМИ?



1. Деловое издание
2. Таблоид
3. Мода и красота
4. Город, lifestyle
5. Наука и техника

Ответ: 1

Задание 3.

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

Вы работаете журналистом на телеканале. Утром вы прибыли в 1)_____ программы «На связи». Главный редактор делился свежими данными от аналитиков, которые отслеживают зрительские 2)_____. К сожалению, на этот раз 3)_____ «На связи» снизился по сравнению с предыдущим месяцем. Руководство канала пришло к выводу, что 4)_____ стала реже смотреть программу из-за низкого уровня динамики и интереса в подаче материала. Главный редактор объявил о новой стратегии: все журналисты, занимающиеся подготовкой сюжетов, должны появляться в кадре во время своих репортажей. Он представил новое правило: каждый корреспондент, отправляющийся на 5)_____, обязан записать 6)_____, в котором кратко расскажет о сути сюжета.

Кроме того, вам потребуется уведомить 7) _____, с которым вы планируете выезд, о том, что комплект оборудования необходимо дополнить динамическим микрофоном. Подготовка к съемке требует серьезного подхода, и вы настроены работать на результат.

Возможный ответ:

- 1) Редакцию
- 2) Показатели
- 3) Рейтинг
- 4) Аудитория
- 5) Съемку/локацию
- 6) Стендап
- 7) Звукорежиссера

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете PR-менеджером в культурном центре и занимаетесь запуском нового проекта «Искусство в парке», который включает выставки местных художников, мастер-классы и инсталляции на открытом воздухе. Вся основная информация будет собрана на отдельной платформе, где можно посмотреть анонсы выставок, расписание мастер-классов и купить билеты. Целевая аудитория — семьи, молодежь и любители искусства.

Для того чтобы привлечь внимание потенциальной аудитории к вашему проекту, вы хотите дать рекламу в блоге «Искусство для чайников» на платформе «Дзен». На канале рассматриваются работы современных художников. Авторы объясняют простым языком, в чем ценность, новизна, концептуальность произведений, и в целом рассказывают, как понимать современное искусство. Вы связались с командой блога «Искусство для чайников», они согласились дать рекламу вашего проекта у себя на канале и попросили вас прислать подробное описание рекламного контента.

Составьте концепцию рекламы. 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: привлечь внимание к проекту «Искусство в парке», мотивировать целевую аудиторию посетить мероприятия проекта.
2. Формат: статья с фотографиями в блоге «Искусство для чайников» на платформе «Дзен» (нативная реклама).
3. Фотографии, иллюстрирующие взаимодействие искусства с городом: муралы, граффити, скульптуры, инсталляции в парках и общественных пространствах. Добавить фотографии проекта «Искусство в парке» — зрители рассматривают картины на свежем воздухе. Естественные и яркие оттенки, передающие живую атмосферу городской среды. Размер — 1920x1080 пикселей.
4. В статье должна идти речь о роли современного искусства в городской среде с примерами успешных проектов, среди которых ненавязчиво упоминается «Искусство в парке» как

новый вдохновляющий проект. Текст стоит разбить на несколько смысловых частей с подзаголовками для удобства чтения. Объем текста: 1000–1200 слов. Тональность: увлеченная, информативная, вдохновляющая, близкая читателям блога «Искусство для чайников». Текст подается как увлекательная история об искусстве, открывающем новые грани привычного города.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы решаете организовать выставку современного искусства в вашем городе. Выставка будет посвящена теме «Экология и устойчивое развитие», на ней будут представлены работы местных художников с использованием различных техник и форматов (живопись, скульптура, инсталляции). Также планируется организовать мастер-классы для посетителей, где они смогут сами попробовать создать произведение искусства на экологическую тему. Целевая аудитория — жители города, молодежь, интересующаяся экологическими проблемами, любители искусства, желающие глубже понять актуальные темы через творчество. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Алла 25 лет Казань экскурсовод	Интересы/увлечения/хобби	Изучает современных художников, посещает выставки и галереи. Участвует в экопрограммах, волонтерит на мероприятиях по защите окружающей среды. Увлекается созданием собственных арт-объектов. Любит путешествовать и изучать разные культуры.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Забота о природе и окружающей среде. Креативность и самовыражение через искусство. Общественная ответственность и активное участие в решении экологических проблем.
	Потребности	Поиск вдохновения в искусстве. Образование и расширение кругозора в области экологии и искусства. Ей важно обсуждать и делиться своими идеями и мнениями с единомышленниками.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 вам нужно описать медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Приведите не менее 3-х источников получения информации, укажите конкретные медиаресурсы и 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 и обоснуйте **один метод исследования**, с помощью которого вы изучили бы интересы и увлечения вашей гипотетической целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает книги и статьи на темы экологии, искусства и культуры. Тематические журналы, читает экоблогеров. Слушает подкасты об искусстве и экологии, аудиокниги на темы

устойчивого развития. Смотрит документальные фильмы об экологии, фильмы про искусство.

2. Ее волнует рост экологических проблем и изменение климата; отсутствие интереса общества к вопросам экологии. Ее тревожит, что в городе мало площадок для молодых местных художников. Недовольна потребительской культурой и ее влиянием на природу.

3. Анкетирование. Количественный метод исследования, который позволяет собрать мнения и предпочтения широкой аудитории с использованием анкет. Исследование можно провести в онлайн-формате, что позволит привлечь внимание широкой аудитории. Данный метод эффективен, потому что позволит узнать, насколько будет интересна жителям города выставка. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования своего медиапродукта, так как автор будет понимать, насколько нужен его аудитории такой продукт.

Задание 6.

Аккредитация (в журналистике) – это ...

- А. назначение кого-либо представителем средства массовой информации при органе власти, общественной организации, мероприятии
- Б. устная и печатная деятельность, имеющая целью политическое воздействие на широкие народные массы
- В. вовлечение кого-либо в какое-либо дело, привлечение к активному участию в чём-либо
- Г. приведение текста к заданному стандарту

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте вид заметки с целью, которую она преследует.

Цель	Виды заметки
А. Обратить внимание общественности на тот или иной недостаток, используя иронию, смех	1) Информационная
Б. Сообщить о событиях, фактах и явлениях, представляющих общественный интерес	2) Сатирическая
В. Обратить внимание общественности на тот или иной недостаток	3) Критическая
Г. Привлечь читателя к обсуждению различных вопросов	4) Полемическая

Ответ: А2, Б1, В3, Г4

Задание 8.

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

Владимир Афанасьевич Обручев отличался разносторонними интересами. Широкой публике он больше известен как писатель, автор знаменитых научно-фантастических романов «Плутония» и «Земля Санникова», где В.А. Обручев выступил в качестве популяризатора науки, такого Жюль Верна XX века. Но его вклад в геологию оказался все-таки значительно более весомым, чем в приключенческую литературу.

Владимир Афанасьевич Обручев в качестве геолога участвовал в первой китайской экспедиции Григория Николаевича Потанина, шедшей буквально по следам Николая Михайловича Пржевальского. Тогда он исправил ошибку Н.М. Пржевальского, неточно указавшего расположение хребтов Нань-Шаня. Во время экспедиции В. Обручев выполнил ряд самостоятельных маршрутов отдельно от Г.Н. Потанина. Чтобы меньше привлекать к себе внимание, он шел в китайской одежде.

По возвращении из экспедиции Владимиру Афанасьевичу Обручеву были вручены премии имени Пржевальского и Константиновская золотая медаль. Он опубликовал фундаментальный труд о Центральной Азии, а впоследствии, по примеру своего предшественника, рассказал о путешествии в научно-популярной книге «От Кяхты до Кульджи». По мотивам центральноазиатских экспедиций им написаны также приключенческие повести «В дебрях Центральной Азии» и «Золотоискатели в пустыне».

Найденный Владимиром Афанасьевичем минерал был назван учеными "Обручевитом", также в честь него назван древний вулкан в Забайкалье, пик в горах Алтая, ледник в Монгольском Алтае, а степь между реками Мургабом и Амударьей, впервые им описанная, называется степью Обручева.

Ответ: Биографическая справка. Текст представляет собой рассказ о жизненном пути человека, его значимых увлечениях

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Всё о Латинской Америке», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля латиноамериканской и карибской культуры «Latina-fest». На фестивале организованы: концертная программа от латиноамериканских и российских артистов, выступления уличных музыкантов, мастер-классы по латиноамериканским танцам, образовательные лекции, выставка традиционных костюмов, фотовыставка, Латина фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у приглашённых артистов и экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в танцевальном мастер-классе, примерить традиционный костюм, продегустировать национальные блюда, научиться игре на традиционных музыкальных инструментах у уличных музыкантов и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Всё о Латинской Америке», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля латиноамериканской и карибской культуры «Latinafest». На фестивале организованы: концертная программа от латиноамериканских и российских артистов, выступления уличных музыкантов, мастер-классы по латиноамериканским танцам, образовательные лекции, выставка традиционных костюмов, фотовыставка, Латина фудкорт, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Всё о Латинской Америке» - женщина или мужчина 25-50 лет увлекающийся культурой и традициями латиноамериканских стран и, возможно, изучающий один из языков и путешествующий в данном направлении. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о традициях и культуре стран Латинской Америки, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом путешествий и впечатлениями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира латиноамериканской культуры и другого контента (фото, видео, мемы, лонгриды по истории и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 33

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

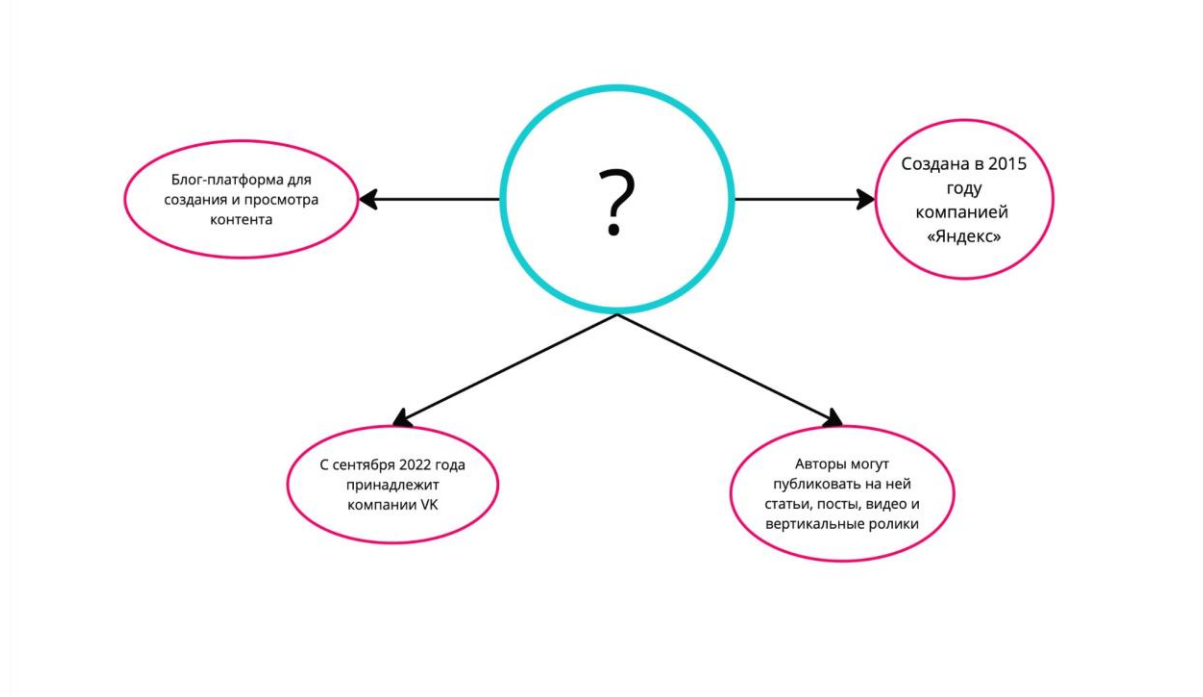
«_____» — вид графического искусства (слово происходит от французского глагола «вырезать»). В средневековой Европе они чаще всего использовались для иллюстрации религиозных текстов. Величайшим мастером, создававшим произведения в данной технике, считается Альбрехт Дюрер.

1. Дагерротипы
2. Фотографии
3. Гравюры
4. Негативы
5. Скриптории

Ответ: 3

Задание 2.

Какое медиа зашифровано на схеме?



1. Дзен
2. Одноклассники
3. VK видео
4. VK clips
5. Газпром-медиа

Ответ: 1

Задание 3.

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

Работа продюсера медиапроектов разнообразна, потому что он участвует во всех этапах создания проекта.

Для реализации медиапроекта необходимо найти 1)_____. Поэтому одна из важнейших задач продюсера — привлечение инвесторов, поиск спонсоров, готовых вложиться в проект.

Далее идет не менее важная часть — формирование 2)_____ проекта, то есть поиск специалистов, которые будут работать над проектом. Важно, чтобы продюсер обладал хорошими 3)_____ навыками, так как ему необходимо общаться с различными участниками проекта.

Продюсер разрабатывает график производства, распределяет 4)_____ и ресурсы. Этот процесс называется планирование.

Когда все роли определены, все участники стараются выполнять свои задачи в установленные сроки — 5)_____. При невыполнении задач к срокам весь производственный процесс может остановиться, а это влечет за собой потерю денежных средств.

После завершения производственного этапа продюсер участвует в следующем этапе — 6)_____ — и готовит продукт к релизу. Для того чтобы обеспечить успешный выход на рынок, необходимо продумать 7)_____ стратегию, в разработке которой продюсер также участвует.

Возможный ответ:

- 1) Финансирование
- 2) Команды
- 3) Коммуникационными
- 4) Бюджет
- 5) Дедлайны
- 6) Постпродакшн
- 7) Маркетинговую

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в креативном агентстве. К вам обращается известная фирма, выпускающая пищу быстрого приготовления «Рапида-Комида». Фирма планирует запуск нового продукта — готовых блюд премиум-класса с использованием фермерских продуктов.

Ваша задача — провести рекламную кампанию, которая включает рекламу у блогеров в социальных сетях. Известный нутрициолог Светлана Капустина согласилась дать рекламу вашего бренда в сторис. Ее блог посвящен полезным рецептам, диетам и необычным фактам о продуктах. Вам нужно направить ей вводные данные того, как должна выглядеть рекламная интеграция.

Составьте концепцию рекламной интеграции у блогера. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат рекламного контента.

3. Требования к визуалу (не менее 3-х): содержание контента, композиционное решение, цветовая гамма, технические параметры и т.д.
4. Требования к контенту (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: привлечь внимание целевой аудитории к новому продукту быстрого приготовления, стимулировать покупки через прямую ссылку в сторис.
2. Формат: 3 вертикальных видео на 15–30 секунд.
3. 1 сторис — общий рассказ о продукте (описание и демонстрация). 2 сторис — личный опыт Светланы: дегустация и комментарии. 3 сторис — призыв к действию: ссылка для перехода и специальное предложение (например, скидка или бонус). Все видео сняты от первого лица. Крупный или средний план. Фон нейтральный, не отвлекающий внимание. Например, Светлана может сидеть за столом на кухне. Дневной естественный свет.
4. В первом видео блогер должна привлечь внимание аудитории. Можно задать вопрос аудитории: «Как часто у вас нет времени на готовку, но хочется полезного и вкусного?». Далее Светлана рассказывает о решении проблемы и представляет продукт: «Я нашла решение — премиум-блюда от «Рапида-Комида»...». Во втором видео блогер пробует еду и комментирует вкус, делится своими эмоциями, а также упоминает преимущества продукции: натуральные ингредиенты, удобство и качество. В третьем видео Светлана озвучивает специальное предложение для подписчиков. Также в третьей сторис должен быть текст с ключевыми тезисами и кнопкой «Перейти по ссылке». Tone of voice: экспертный, но доступный: подчеркивается, что продукт — идеальное решение для здорового питания в ритме современного города.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Агентство, помогающее школьникам и их родителям подобрать репетиторов, хочет выпустить приложение. Помимо поиска репетитора, оно будет иметь функцию, помогающую ученикам сосредоточиться на заданиях и грамотно спланировать свое время (метод Pomodoro). В приложении можно отслеживать свой прогресс, а также читать полезные статьи. По мнению разработчиков, приложение поможет улучшить результат школьников на экзаменах.

Целевая аудитория приложения — школьники 15–18 лет, которые активно готовятся к экзаменам, имеют проблемы с тайм-менеджментом, хотят заниматься с репетиторами. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Елена 17 лет ученица 11-го класса	Интересы/увлечения/хобби	Занимается танцами, читает книги по саморазвитию, увлекается рисованием. Готовится к экзаменам.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Саморазвитие, образование, друзья.
	Потребности	Хочет хорошо сдать экзамены и поступить в университет. Хочет в комфортных условиях готовиться к экзаменам. Ей тяжело себя контролировать, когда она занимается, так как постоянно ее что-то отвлекает. Хотела бы позаниматься с репетитором по русскому, чтобы подтянуть несколько тем.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 и обоснуйте **один метод исследования**, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Смотрит блогеров и студентов, которые учатся в университетах и рассказывают о своем обучении, мотивации. Читает телеграм-каналы с советами по подготовке к ЕГЭ. Смотрит фильмы и сериалы в онлайн-кинотеатрах.

2. Боится не успеть подготовиться к экзаменам. Не знает, как оптимизировать свое время. Переживает, сможет ли поступить в университет.

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Верстка – это ...

- А. компоновка набранных материалов на газетных (книжных, журнальных) полосах, включая оформление заголовков, шрифтовые, графические, цветовые и прочие выделения текстов, распределение иллюстративного материала

- Б. процесс исправления ошибок и опечаток после редактуры
- В. исправление орфографических и других ошибок, приведение текста к единой стилистике
- Г. формальная проверка материала на простейшие или письменные ошибки

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте вид заметки с целью, которую она преследует.

Цель	Вид заметки
А. Привлечь читателя к обсуждению различных вопросов Б. Сообщить о событиях, фактах и явлениях, представляющих общественный интерес В. Обратить внимание общественности на тот или иной недостаток Г. Сообщить о событиях с сфере производства, быта или культуры	1) Информационная 2) Тематическая 3) Критическая 4) Полемическая

Ответ: А4, Б1, В3, Г2

Задание 8.

Определите информационный жанр журналистики, к которому можно отнести данный отрывок. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«В четверг, 12 ноября, в Большом зале Московской государственной консерватории состоится церемония вручения Международного приза в области музыки имени Ипполитова-Иванова.

Один из инициаторов проекта – выдающийся скрипач, эмиссар ЮНИСЕФ, обладатель премии «Грэмми» Максим Венгеров. Почетный гость и участник церемонии Юрий Башмет.»

Ответ: Новостная заметка. Текст представляет собой краткое сообщение о каком-либо событии или происшествии.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Фитнес: от А до Я», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Fitness-fest». На фестивале организованы: награждение лучших фитнес-клубов года, открытые мастер-классы от звезд спорта и медийных спортсменов, товары для спорта и фитнеса от партнеров мероприятия в специально отведенной зоне, автограф-сессии со звёздами спорта, конкурсы и состязания, открытые тренировки, спортивные активности для семей с детьми, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у приглашённых тренеров, спортсменов и экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в открытой тренировке, взять автограф у звезды спорта, познакомиться с ассортиментом спортивных товаров, принять участие в спортивном состязании и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Фитнес: от А до Я», и вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля «Fitness-fest». На фестивале организованы: награждение лучших фитнес-клубов года, открытые мастер-классы от звезд спорта и медийных спортсменов, товары для спорта и фитнеса от партнеров мероприятия в специально отведенной зоне, автограф-сессии со звёздами спорта, конкурсы и состязания, открытые тренировки, спортивные активности для семей с детьми, фудкорт, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Фитнес: от А до Я» - женщина или мужчина 25-45 лет увлекающийся здоровым образом жизни и правильным питанием или являющийся профессионалом в данной сфере. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о фитнесе и здоровом образе жизни, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом и обращаться за советом к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира фитнеса и другого контента (фото, видео-тренировки, мемы, статьи с рецептами и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости
Фото, видео или графика
Ссылка на сайт
Хештег

ВАРИАНТ 34

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

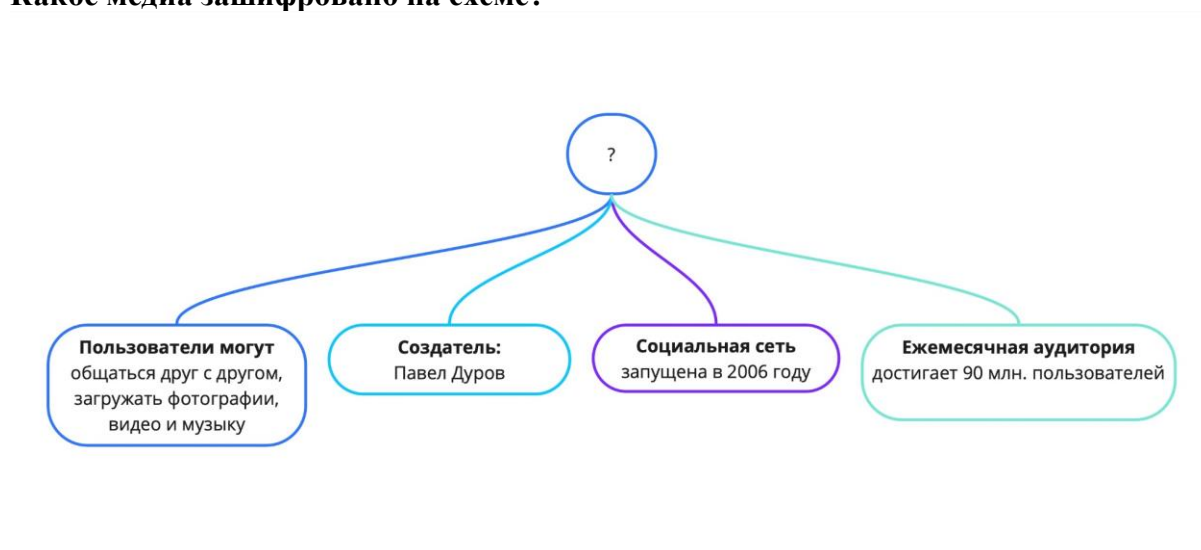
В 2004 году британский журналист Бен Хаммерсли впервые ввел в употребление термин «_____», объединив два английских слова: broadcasting (трансляция) и iPod (плеер от компании Apple).

1. Лонгрид
2. Стриминг
3. Подкаст
4. Искусственный интеллект
5. Телевещание

Ответ: 3

Задание 2.

Какое медиа зашифровано на схеме?



1. Одноклассники
2. Дзен
3. Телеграм
4. ВКонтакте
5. Yарру

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.

Для того чтобы создать и выпустить рекламу для фармацевтического препарата на телевидении, необходимо пройти множество согласований. Изначально разные компании участвуют в тендере — так называемом «конкурсе» среди креативных агентств. Каждое агентство представляет лучшую 1)_____ видеоролика. По мнению агентств, такой контент больше всего понравится потребителям препарата — 2)_____. По итогам тендера выигравшее агентство берет в разработку видеоролик. После презентации первой версии фармацевтическая компания дает свои 3)_____, в которых подробно описаны

исправления. После повторного согласования, включая согласование с юридическим и медицинским отделами, работа переходит на этап продакшена, то есть реализации. После того, как ролик готов, его начинают 5) _____ на телевидении в вечерний 6) _____ — промежуток времени, когда у экранов собирается наибольшее количество зрителей. После выпуска ролика отдел маркетинга отслеживает количество 7) _____ ролика.

Возможный ответ:

- 1) Идею/концепцию
- 2) Целевой аудитории
- 3) Правки
- 4) Реализации
- 5) Транслировать
- 6) Прайм-тайм
- 7) Просмотров

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в креативном агентстве. К вам обращается известная фирма, разрабатывающая дизайн интерьера квартир в новостройках. Фирма планирует запускать программу стажировок для молодых специалистов, и ей необходимо создать яркий контент для продвижения. Стажировка в компании позволит молодым специалистам получить опыт и найти потенциальное место работы.

Рекламная компания, которую разработало ваше агентство, включает таргетированную рекламу в социальной сети «ВКонтакте».

Составьте концепцию аудиовизуального контента для таргетированной рекламы. 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, сюжет, обязательные упоминания (ссылки), объем текста и/или длительность аудиовизуального контента, стиль контента/тональность (tone of voice) и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: привлечь молодых специалистов на стажировку, повысить узнаваемость компании как работодателя и создать положительный имидж.
2. Формат: короткий вертикальный видеоролик (длительностью 60-90 секунд) в ленте новостей.
3. Главный герой ролика — стажер компании. Повествование и съемка ведутся от первого лица. В начале он рассказывает зрителям про компанию, средний план, герой расположен по центру. Затем идет вставка из кадров офиса: команда за работой, демонстрация современных инструментов и технологий. Финальный кадр: логотип компании, слоган. Естественный дневной свет. Разрешение: Full HD.
4. В начале ролика, чтобы привлечь внимание аудитории, герой задает вопрос: «Ищешь возможности для старта в дизайне интерьеров?». Далее говорится о компании, стажировке и ее преимуществах: возможность работать над реальными проектами, менторство от опытных специалистов, развитие креативных навыков. В финале ролика должен звучать

призыв к действию, например, «стань частью нашей команды, подай заявку на стажировку уже сегодня». Следует добавить хэштеги для продвижения в соцсетях (#ДизайнСтажировка, #КреативнаяКоманда). Использовать дружелюбный и вдохновляющий тон, который будет резонировать с молодежной аудиторией. Язык должен быть простым и доступным.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Сообщество педагогов школы N совместно со школьными психологами решило создать приложение для детей. Оно нацелено на помощь детям в дошкольной подготовке и должно помочь им справиться со стрессом при переходе в школу. В формате игры пользователи знакомятся со школой, проходят короткие уроки, выполняют задания, а также получают «оценки» — звездочки. Приложение бесплатное, но есть встроенные покупки.

Целевая аудитория приложения — дети 6–7 лет. Однако стоит помнить, что решение о скачивании и оплате встроенных покупок принимают их родители. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Аня 6 лет ходит в детский садик	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="604 922 820 999">Интересы/увлечения/хобби</td> <td data-bbox="820 922 1377 999">Занимается фигурным катанием, играет с друзьями, смотрит мультки. По выходным с родителями ходят в торговые центры.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 999 820 1084">Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</td> <td data-bbox="820 999 1377 1084">1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 1084 820 1146">Ценности</td> <td data-bbox="820 1084 1377 1146">Дружба, семья, познание мира.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 1146 820 1232">Потребности</td> <td data-bbox="820 1146 1377 1232">Хочет учиться в школе, но боится. Хочет больше узнать о том, что делают в школе. Ей нравится, когда задания представлены в игровой форме.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 1232 820 1294">Что беспокоит</td> <td data-bbox="820 1232 1377 1294">2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 1294 820 1352">Метод исследования целевой аудитории</td> <td data-bbox="820 1294 1377 1352">3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> </table>	Интересы/увлечения/хобби	Занимается фигурным катанием, играет с друзьями, смотрит мультки. По выходным с родителями ходят в торговые центры.	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Ценности	Дружба, семья, познание мира.	Потребности	Хочет учиться в школе, но боится. Хочет больше узнать о том, что делают в школе. Ей нравится, когда задания представлены в игровой форме.	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Интересы/увлечения/хобби	Занимается фигурным катанием, играет с друзьями, смотрит мультки. По выходным с родителями ходят в торговые центры.												
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Ценности	Дружба, семья, познание мира.												
Потребности	Хочет учиться в школе, но боится. Хочет больше узнать о том, что делают в школе. Ей нравится, когда задания представлены в игровой форме.												
Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 приложения изучили бы реакцию аудитории на ваш продукт, могли бы понять, что пользователям нравится, а что нужно доработать. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Смотрит мультфильмы с родителями в кинотеатрах. Играет в мобильные игры на планшете. Вместе с мамой читают сказки.
2. Хочет идти в школу, но ее пугает, что старший девятилетний брат не любит учиться. Переживает, что ей тоже не будет нравиться школа. Ане нравится в садике, а школа кажется страшной и сложной.
3. Глубинные интервью с родителями и с детьми с разрешения родителей. Глубинное интервью позволяет не только собрать поверхностные отзывы, но и понять причины, по которым пользователи совершают те или иные действия. Это особенно актуально для детской аудитории, так как дети 6–7 лет не всегда могут четко формулировать свои мысли, поэтому формат живого общения поможет исследователям наблюдать поведение, реакции и эмоции аудитории. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для улучшения приложения, проектирования акций и PR-мероприятий.

Задание 6.

Дайджест – это ...

- А. составление каких-либо сочинений путем заимствования всех данных из чужих исследований без самостоятельной работы над первоисточниками
- Б. краткий обзор главных новостей, событий, фактов, относящихся к единой тематике
- В. предыстория события, дополнительные подробности
- Г. опубликованный список наиболее популярных в определённый период медиапродуктов

Ответ: Б

Задание 7.

Укажите особенности, которые должны учитываться журналистами при профессиональном ведении аккаунта в социальных сетях:

- А. Регулярность постов в соцсетях
- Б. Обязательное размещение рекламных постов
- В. Соблюдение профессиональной этики
- Г. Обратная связь к каждому сообщению в комментариях сообщества
- Д. Оформление новостной ленты

Ответ: А, В, Д

Задание 8.

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

«Интерес к садоводству был привит Ивану Владимировичу Мичурину в семье: его прадед с успехом разводил новые сорта груш в Калужской губернии, отец привлекал его к работам в саду с четырёх лет. При этом И.В. Мичурин не получил даже среднего образования – его исключили из гимназии за «непочтительность к начальству».

В 17 лет юноша переехал в Козлов (впоследствии Мичуринск), откуда почти не выезжал до конца жизни. Первые эксперименты Иван Владимирович проводил в саду тестя, но тот быстро пресёк эти опыты. Тогда И.Мичурин взял в аренду свой первый участок, где каждую весну проводил эксперименты – скрещивал садовые растения с дикими,

северные – с южными. В итоге через несколько лет в его саду оказалось около 600 видов растений, в том числе десятки новых сортов.

Иван Владимирович Мичурин работал до последних дней жизни, а в свободное от садоводства время увлекался механикой – совершенствовал садовые инструменты: сам сконструировал барометр и машинку для резки табака.

Селекционер-самоучка и биолог от Бога, он более чем за полвека экспериментов вывел около 300 новых видов растений. Как говорили коллеги, он всю жизнь стремился перенести тропики на север, именно благодаря ему в средней полосе России впервые появились зимостойкие персики, виноград, миндаль, черешня.»

Ответ: Биографическая справка. Текст представляет собой рассказ о деятельности человека, его жизни и значимых увлечениях.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Историк» - уникального журнала для любителей истории. В каждом выпуске известные писатели, историки и опытные журналисты рассказывают о знаменитых исторических персонажах, публикуют захватывающие материалы про самые интересные события и героев мировой истории: от античных времен до наших дней.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие исторического фестиваля «Поле Куликово». На фестивале организованы: турнир по историческому фехтованию, турнир лучников, конкурсы исторической реконструкции доспеха и костюма, конный турнир, историческая ярмарка, конкурс «Средневековая кухня», образовательные лекции, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у организаторов, участников соревнований, экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Посетить состязания, примерить средневековый костюм, продегустировать блюда конкурсантов, посетить лекцию и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Историк» - уникального журнала для любителей истории. В каждом выпуске известные писатели, историки и опытные журналисты рассказывают о знаменитых исторических персонажах, публикуют захватывающие материалы про самые интересные события и героев мировой истории: от античных времен до наших дней.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие исторического фестиваля «Поле Куликово». На фестивале организованы: турнир по историческому фехтованию, турнир лучников, конкурсы исторической реконструкции доспеха и костюма, конный турнир, историческая ярмарка, конкурс «Средневековая кухня», образовательные лекции, фудкорт, фотозоны и т.п.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Историк» - женщина или мужчина, увлекающийся Отечественной историей и военно-исторической реконструкцией. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация об истории, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом и обращаться за советом к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира истории и другого контента (фото, видео-лекции, мемы, лонгирды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 35

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

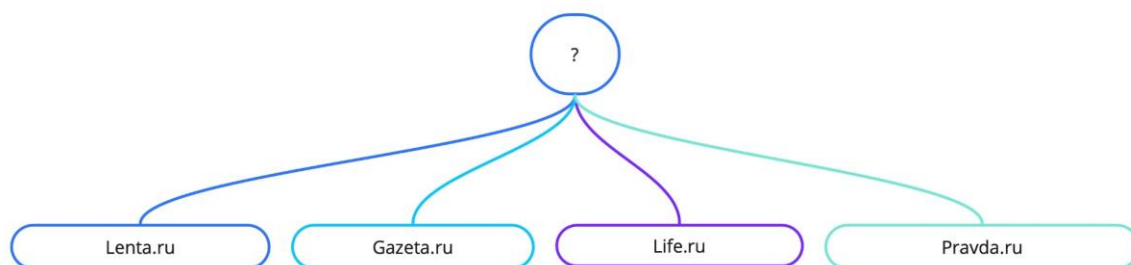
В конце 1990-х газеты и радио начали осваивать «_____». Все больше традиционных СМИ создавали свои сайты. Но поначалу там лишь дублировался контент: газеты и журналы выкладывали цифровые копии опубликованных на бумаге материалов, радиокompании размещали программу передач.

1. Стриминговые сервисы
2. 3D технологии
3. Интернет
4. Медиарынки
5. Социальные сети

Ответ: 3

Задание 2.

Какое обобщенное название есть у перечисленных на схеме медиа?



1. Интернет-СМИ
2. Телеканалы
3. Информационные агентства
4. Интернет-журналы
5. Телеграм-каналы

Ответ: 1

Задание 3.

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

Автор серии популярных книг выпускает новое издание — следующую часть серии. Издательство, публикующее книги этого автора, планирует стратегию для привлечения 1)_____ — молодых людей от 18 до 35 лет. Создание рекламы у отдела маркетинга состоит из нескольких этапов. Прежде всего они определяют 2)_____, то есть количество выделенных средств. Затем утверждают 3)_____: блоги, сайты, социальные сети. С помощью них молодые люди узнают о новой книге. Отдел маркетинга продумывает

активности, согласовывает их и утверждает. Настраивается 4)_____ реклама, которая задается по определенным параметрам: возрасту, полу, месту жительства, интересам людей, являющихся потенциальными потребителями книги.

У отдела маркетинга также есть список клиентов, заинтересовавшихся данной серией книг, а также аналогами в этом же жанре. Для того чтобы анонсировать выход книги, отдел маркетинга делает 5)_____, и людям приходят письма на почту с информацией о новинке. Маркетинговый бюджет позволяет также запустить наружную рекламу и создать 6)_____, которые будут размещены в метро, а также на остановках. На них будут размещены QR-коды, с помощью которых можно перейти на сайт. Чтобы измерить эффективность действий, отслеживается 7)_____ — количество пользователей, посетивших сайт.

Возможный ответ:

- 1) Целевой аудитории
- 2) Бюджет
- 3) Каналы продвижения
- 4) Таргетированная
- 5) Рассылка/ e-mail рассылка
- 6) Баннеры
- 7) Трафик

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в креативном агентстве. К вам обращается известный бренд косметики для того, чтобы анонсировать выход антивозрастного крема для лица. Продукт обещает уменьшить признаки старения, такие как морщины, темные круги, и предотвратить потерю упругости кожи. В составе крема — инновационные антивозрастные компоненты, в том числе гиалуроновая кислота и АНА-кислоты.

В качестве канала продвижения вы рассматриваете рекламу в аккаунтах гипермаркета косметики, который активно развивает страницу в социальной сети «ВКонтакте». Для отправки запроса о рекламе в PR-службу магазина косметики вам нужно подготовить концепцию рекламной интеграции.

Составьте концепцию рекламного поста. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат рекламного контента.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): содержание контента, композиционное решение, цветовая гамма, технические параметры и т.д.
4. Требования к контенту (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: привлечь внимание женщин к новому продукту, увеличить продажи.
2. Формат: текстовый пост с фотографиями (карусель).
3. К посту необходимо подобрать чистые, естественные кадры женщин с сияющей, ухоженной кожей. Акцент на мимике, где видны зоны вокруг глаз. На фото должны быть представлены героини, которые выглядят уверенными и расслабленными. Цветовая гамма фото содержит нежные, теплые и натуральные оттенки (бежевый, кремовый, золотистый). 3-6 фотографий размером 600×600 пикселей.

4. В тексте поста нужно подчеркнуть ключевые свойства продукта: восстанавливает сияние кожи, уменьшает видимость морщин, делает кожу вокруг глаз свежей и молодой. В тексте должно говориться об уверенности, элегантности и естественности красоты в любом возрасте. Пост должен содержать призыв к действию с указанием на возможность приобрести продукт онлайн и соответствующую ссылку на сайт магазина. Обязательно наличие упоминания о проведении тестов дерматологами. Тон должен быть нежным, но убеждающим, чтобы вызывать чувство доверия к продукту.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы работаете в компании, которая занимается разработкой мобильных приложений. К вам обратился индивидуальный предприниматель, который хочет создать приложение для сотрудников с целью распределения задач и контроля рабочих процессов. Заказчик хочет, чтобы в приложении можно было отслеживать свои собственные задачи, их дедлайны, этапы выполнения задач коллегами, назначать встречи, а также бронировать комнаты для переговоров.

Целевая аудитория приложения — сотрудники компании, средний возраст от 22 до 45 лет. Перед разработкой приложения вы решаете изучить интересы и потребности сотрудников компании и проводите исследование, по результатам которого составляется портрет типичного представителя целевой аудитории медиапродукта.

 Василиса 32 года Москва IT-аналитик	Интересы/увлечения/ хобби	Ходит на выставки и в кино с друзьями по выходным, учит немецкий язык. Занимается фитнесом. Любит путешествовать.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Карьера, саморазвитие, здоровый образ жизни.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Ей не нравится, когда руководитель назначает совещание в последний момент. Ей сложно запомнить весь объем своих задач и задач своих подчиненных. Ей не нравится вести рабочую переписку в мессенджере. Для нее является проблемой коммуникация с коллегами, так как зачастую она не понимает, кто ответственный за ту или иную задачу, к кому ей нужно обращаться с целью выяснить сроки выполнения задачи.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы после выхода приложения изучили бы реакцию аудитории на ваш продукт, могли бы понять, что

пользователям нравится, а что нужно доработать. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Василиса активно использует «Телеграм» для профессионального общения. В «Телеграме» она следит за каналами, связанными с карьерным ростом и саморазвитием, а также за новостями отрасли и профессиональными группами. Василиса слушает подкасты про личную эффективность и тайм-менеджмент. Это позволяет ей получать полезную информацию в удобном формате во время поездок на работу. Читает классическую литературу.
2. Она нуждается в ресурсе, через который сможет отслеживать выполнимость рабочих задач, как своего отдела, так и других отделов. Она хочет, чтобы график рабочих созвонов был строго обозначен. Ей также важно оптимизировать свое рабочее время, распределять его так, чтобы хватало времени на общение с друзьями и на хобби.
3. Анкетирование. Это количественный метод сбора данных, который позволяет исследовать удовлетворенность пользователей относительно функций приложения и общего опыта использования продукта. Ссылку на анкету можно разместить в самом приложении. Анкетирование позволяет охватить большую аудиторию, тем самым выявить что нравится и не нравится большинству представителей целевой аудитории. Вопросы можно формулировать с акцентом на конкретные функции приложения, что позволит выявить, какие из этих функций наиболее востребованы, и в каких областях пользователи испытывают трудности. Пользователи могут быть более откровенными в своих ответах, если опрос анонимный, что может привести к более честной обратной связи. Этот метод поможет адаптировать приложение под реальные потребности аудитории и улучшить его функциональность с учетом пользовательского опыта.

Задание 6.

Копирайт – это ...

- А. профессиональная деятельность по написанию качественных текстов информационного, коммерческого, рекламного и иного характера
- Б. авторское право на создание и использование художественных, научных, архитектурных, литературных и других произведений
- В. составление каких-либо сочинений путем заимствования всех данных из чужих исследований без самостоятельной работы над первоисточниками
- Г. специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении требований и условий

Ответ: Б

Задание 7.

Укажите особенности, которые должны учитываться журналистами при профессиональном ведении аккаунта в социальных сетях:

- А. Регулярность постов в соцсетях
- Б. Вовлечение подписчиков
- В. Соблюдение профессиональной этики
- Г. Обратная связь к каждому сообщению в комментариях сообщества
- Д. Обязательное размещение рекламных постов

Ответ: А, Б, В

Задание 8.

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

«Как русская литература «вышла из гоголевской шинели», так и русские шахматы - из чигоринских партий. Конечно, в России играли в шахматы и до Михаила Ивановича Чигорина, были и достаточно известные мастера. Но именно Михаил Иванович сумел поднять русские шахматы на новый уровень, а его вклад в популяризацию и развитие любимой игры в России просто неоценим. М. Чигорин издавал журналы «Шахматный листок» и «Шахматный вестник», писал статьи в газеты, проводил сеансы, организовывал турниры... Ради любимого дела он рано бросил службу и с головой погрузился в шахматы.

Жизнь Михаила Ивановича Чигорина была нелегкой. По окончании сиротского института он работал в качестве мелкого чиновника и лишь в возрасте 23 лет начал с увлечением изучать шахматы. Через восемь лет он уже с блеском защищал честь русских шахмат на международном турнире, а в конце XIX века М. Чигорин считался одним из главных претендентов на шахматную корону

М.И. Чигорин обладал исключительным комбинационным талантом, он был величайшим мастером атаки и активной обороны. Осталось его имя и в дебютной теории. Ежедневно миллионы людей разыгрывают Защиту Чигорина и варианты его имени во французской и славянской защите и в испанской партии.»

Ответ: Биографическая справка. Текст представляет собой рассказ о деятельности человека, его жизни и значимых увлечениях.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Открывая Россию - уникального журнала для любителей активного и культурно-познавательного туризма. В каждом выпуске авторы рассказывают о предстоящих культурных мероприятиях и фестивалях со всей России, публикуют захватывающие материалы про самые интересные туристические места нашей страны: от Камчатки до Калининграда.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие зимнего фестиваля «Снежная сказка». На фестивале организованы: выступления творческих коллективов, катания на коньках и санях, битва за снежную крепость, выставка ледяных скульптур, творческие мастер-классы, зимняя ярмарка, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у организаторов, приглашённых артистов, мастеров и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в снежной битве, прокатиться в русских санях, посетить мастер-класс и изготовить что-то своими руками, посетить выставку фигур изо льда и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Открывая Россию» - уникального журнала для любителей активного и культурно-познавательного туризма. В каждом выпуске авторы рассказывают о предстоящих культурных мероприятиях и фестивалях со всей России, публикуют захватывающие материалы про самые интересные туристические места нашей страны: от Камчатки до Калининграда.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие зимнего фестиваля «Снежная сказка». На фестивале организованы: выступления творческих коллективов, катания на коньках и санях, битва за снежную крепость, выставка ледяных скульптур, творческие мастер-классы, зимняя ярмарка, фудкорт, фотозоны и т.п.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Открывая Россию» - женщина или мужчина, увлекающийся традициями и культурой России и, возможно, много путешествующий по стране. Привлекает таких пользователей: новая полезная информация о России, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своими открытиями и опытом путешествий с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей о России и другого контента (фото, видео, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 36

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

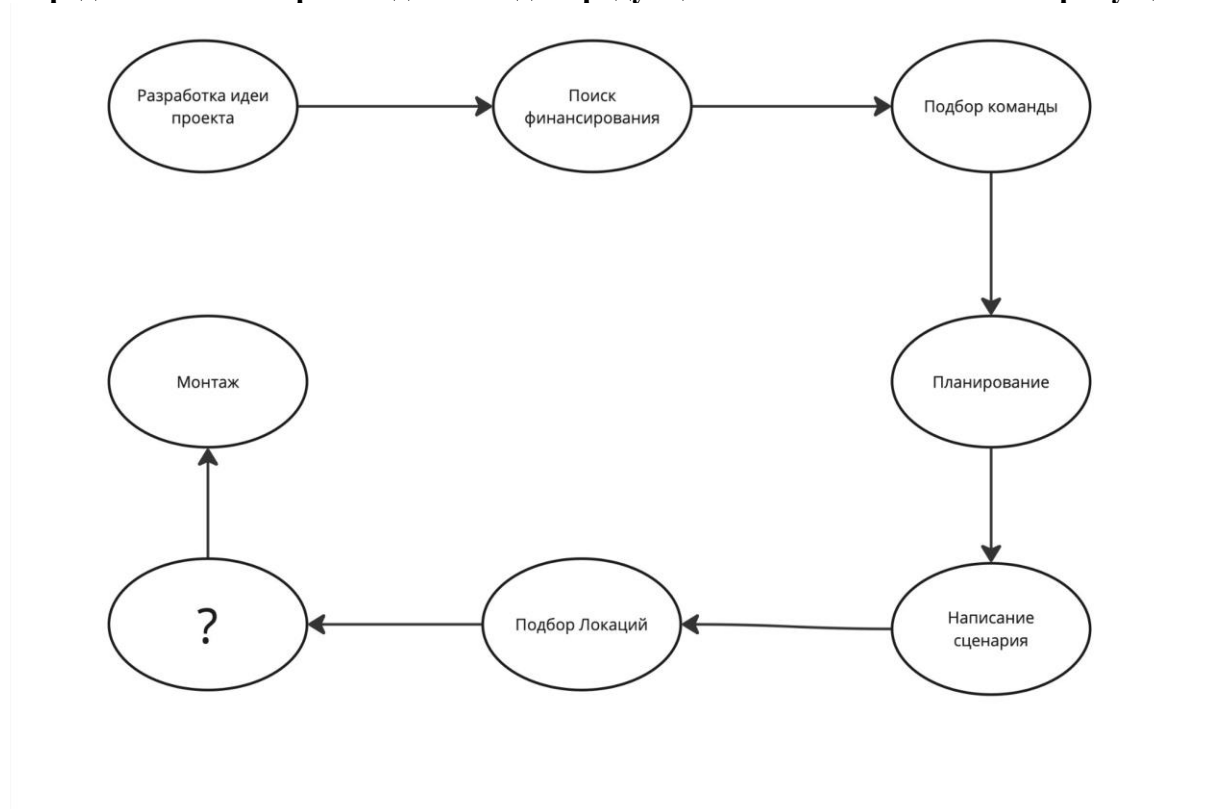
« _____ » с латинского переводится как посредник. Это понятие означает сам носитель коммуникации, который используется для передачи и производства символических форм.

1. ПК
2. Технология
3. СМК
4. СМИ
5. Медиа

Ответ: 5

Задание 2.

Перед вами схема производства видеопродукции. Какой этап на схеме пропущен?



1. Распределение бюджета
2. Создание раскадровки
3. Создание режиссерского сценария
4. Съемка
5. Планирование маркетинговой стратегии

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.

Для того чтобы привлечь аудиторию к новому медиапродукту и выстроить доверительные отношения с 1)_____, маркетологам в компаниях необходимо использовать разные инструменты. Одним из самых популярных инструментов является 2)_____, которая может быть таргетированной, нативной, контекстной. Любой из ее видов может стать составляющей стратегии 3)_____, а именно определенному плану действий, который характеризуется увеличением уровня сбыта и прибыли. В условиях жесткой 4)_____ удержание людей, которые приобрели продукт, часто оказывается более выгодным, чем привлечение новых. Люди, которые являются постоянными потребителями определенных продуктов и которые зачастую рекомендуют его знакомым, отличаются высоким уровнем 5)_____ к бренду. Ее повышению способствуют такие факторы, как постоянное 6)_____ бренда с аудиторией через различные каналы, в том числе и социальные сети; прозрачность бренда — важно быть честным и открытым со своей аудиторией, а также 7)_____ подход к каждому покупателю.

Возможный ответ:

- 1) Клиентами/рекламодателями
- 2) Реклама
- 3) Продаж/продвижения
- 4) Конкуренции
- 5) Лояльности
- 6) Взаимодействие
- 7) Персонализированный/индивидуальный

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в креативном агентстве, специализирующемся на видеопроизводстве. К вам обращается популярный бренд спортивной одежды «Сила в спорте», чтобы создать видеоролик для анонса новой коллекции, ориентированной на активных молодых людей в возрасте 18–30 лет. Коллекция включает в себя спортивные костюмы, обувь и аксессуары, разработанные для тренировок на свежем воздухе и в спортзале, а также для повседневного использования. Главной особенностью одежды является использование инновационных материалов, которые обеспечивают комфорт и вентиляцию, а также стильный дизайн, подходящий для динамичной городской жизни.

Ваша задача — разработать концепцию видеорекламы, которая будет размещена на популярных видеосервисах. Важно создать динамичный и запоминающийся ролик, который продемонстрирует удобство и стиль новой коллекции, а также вдохновит целевую аудиторию на активный образ жизни.

Составьте концепцию видеорекламы. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат рекламного контента.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): сюжет и герои, содержание сцен, графические элементы, цветовая палитра, композиционное решение, использование спецэффектов, технические параметры и т.д.
4. Требования к тексту или аудио (не менее 3-х): структура закадрового текста или диалогов, основное сообщение, титры, стиль озвучки, музыка/звуковые эффекты и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: повысить узнаваемость бренда и стимулировать покупки.
2. Формат: горизонтальный видеоролик длительностью 30–45 секунд.
3. Динамичное атмосферное видео. В видео показаны девушки и парни в разных локациях. Все они носят одежду бренда. Например, кадры молодых людей в тренажерном зале, в парке, на городских улицах. Демонстрация одежды в действии сопровождается анимационными вставками с графикой из коротких слов и слоганов, указывающих на преимущества коллекции: «Вентиляция», «Легкость», «Удобство в движении». Естественное освещение для сцен на улице, холодное белое освещение в зале. Разрешение 4K.
4. На протяжении всего ролика звучит энергичный трек с битом, подходящим для тренировок и вдохновляющим на движение. Музыка плавно затихает на финальных кадрах с акцентом на слоган. В конце видео в кадре появляется логотип бренда, закадровый текст произносит слоган коллекции: «Сила в каждом движении».

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Для того чтобы привить любовь к чтению детям, сообщество психологов совместно с организацией, разрабатывающей социальные проекты, решает запустить приложение, которое поможет детям полюбить процесс чтения. В приложении дети смогут увидеть визуализацию событий, нажать на сложные слова и услышать, как они произносятся, а также пройти интересные тесты, например, «какой ты герой из книги». Периодически команда разработчиков приложения планирует проводить различные акции и конкурсы с призами, в которых могут участвовать пользователи.

Целевая аудитория приложения — дети 6–13 лет, ученики средней школы, которые неохотно читают школьную литературу и редко посещают библиотеки. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

	Интересы/увлечения/хобби	Увлекается скейтбордингом и самокатами, в свободное время играет с друзьями во дворе, смотрит мультфильмы и разных блогеров. Читает книги в жанре фэнтези.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Друзья, хорошие оценки, семья.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Ему не нравится читать школьную программу, потому что она кажется скучной. Не знает, как писать сочинения по произведениям. Не любит читать бумажные книги, так как ему кажется это несовременным. Не хочет ходить в библиотеку и не знает, на каких ресурсах можно найти классическую литературу в свободном доступе.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы после выхода приложения изучили бы реакцию аудитории на ваш продукт, могли бы понять, что пользователям нравится, а что нужно доработать. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Смотрит мультфильмы и фильмы с родителями в кинотеатрах, смотрит видео на разных стриминговых площадках. Играет в игры на мобильном устройстве. Использует мессенджеры для общения с друзьями.
2. Хочет, чтобы процесс чтения был нескучным. Хочет взаимодействовать с контентом. Хочет, чтобы процесс чтения был похож на мобильную игру.
3. Глубинные интервью с родителями и с детьми с разрешения родителей. Глубинное интервью позволяет не только собрать отзывы аудитории, но и понять причины, по которым пользователи совершают те или иные действия. Это особенно актуально для детской аудитории, так как дети 6–7 лет не всегда могут четко формулировать свои мысли, поэтому формат живого общения поможет исследователям наблюдать поведение, реакции и эмоции аудитории. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для улучшения приложения, проектирования акций и PR-мероприятий.

Задание 6.

Плагат – это ...

- А. составление каких-либо сочинений путем заимствования всех данных из чужих исследований без самостоятельной работы над первоисточниками
- Б. создание нового текста с высокой технической уникальностью на основе одного или нескольких исходников
- В. выдача чужого произведения за свое или использование в своих трудах чужого произведения без ссылки на автора
- Г. краткое изложение, обзор (ранее опубликованных книг, газетных материалов)

Ответ: В

Задание 7.

Расположите в верном порядке основные этапы создания медиапроекта:

- А. Концепция тематического выпуска
- Б. Публикация проекта и анализ результатов
- В. Создание выпуска
- Г. Идея

Ответ: ГАВБ

Задание 8.

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

В России может появиться новое суперведомство

Заместитель руководителя Федеральной таможенной службы Татьяна Голендеева заявила, что эта тема активно обсуждается в правительстве. Произойти это может уже через два-три года. Пока же таможенники и налоговики начали объединение своих информационных баз, в том числе для борьбы с контрабандой и фирмами-однодневками.

—Татьяна Николаевна, так состоится ли объединение федеральных таможенной и налоговой служб?

—На уровне правительства такой сценарий обсуждался. Понятно, что у новой идеи всегда есть сторонники и противники. Это нормально. В мире существует много вариантов фискальной инфраструктуры. Эксперименты идут постоянно. Пока решили начать с агрегации информационных систем с возможным последующим переходом к единому окну фискальных сборов различных категорий.

- В октябре 2015 года внедрена электронная технология, позволяющая экспортерам, использующим железнодорожный транспорт, получать налоговые льготы по НДС. Теперь бизнесмен не обязан представлять в ФНС в бумажном виде таможенные декларации, транспортные документы. Какие дальнейшие шаги?

—Уже работают поправки в налоговый кодекс, которые позволяют предпринимателям не предоставлять бумажный носитель. Только электронный. Кроме того, сквозной контроль — от ввоза товара до конечного продавца — очень важен в борьбе с фирмами-однодневками.

Ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Художник» - уникального журнала, как для начинающих художников-любителей, так и для профессионалов в области искусства. В каждом выпуске можно найти: глубокомысленные лонгриды, обзоры важнейших выставок, интервью с художниками, кураторами, критиками, биографии знаменитых художников и пошаговые мастер-класс по живописи.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля современного искусства «Art-fest». На фестивале организованы: лекции от известных художников, дизайнеров и искусствоведов, выставка работ художников и скульпторов, творческие мастер-классы, ярмарка творческих работ, благотворительный аукцион, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у организаторов, приглашённых спикеров, экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классе и освоить новые техники рисования, постить выставку работ художников и лекции от экспертов, поделиться с читателями полезной и интересной информацией, принять участие в благотворительном аукционе и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Художник» - уникального журнала, как для начинающих художников-любителей, так и для профессионалов в области искусства. В каждом выпуске можно найти: глубокомысленные лонгриды, обзоры важнейших выставок, интервью с художниками, кураторами, критиками, биографии знаменитых художников и пошаговые мастер-класс по живописи.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля современного искусства «Art-fest». На фестивале организованы: лекции от известных художников, дизайнеров и искусствоведов, выставка работ художников и скульпторов, творческие мастер-классы, ярмарка творческих работ, благотворительный аукцион, фудкорт, фотозоны и т.п.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Художник» - женщина или мужчина, увлекающийся творчеством, современным искусством или являющийся профессионалом в данной сфере. Привлекает таких пользователей: новая полезная информация об искусстве, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим творчеством и опытом и обращаться за советом к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира искусства и другого контента (фото, видео-уроки, лонгриды, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 37

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

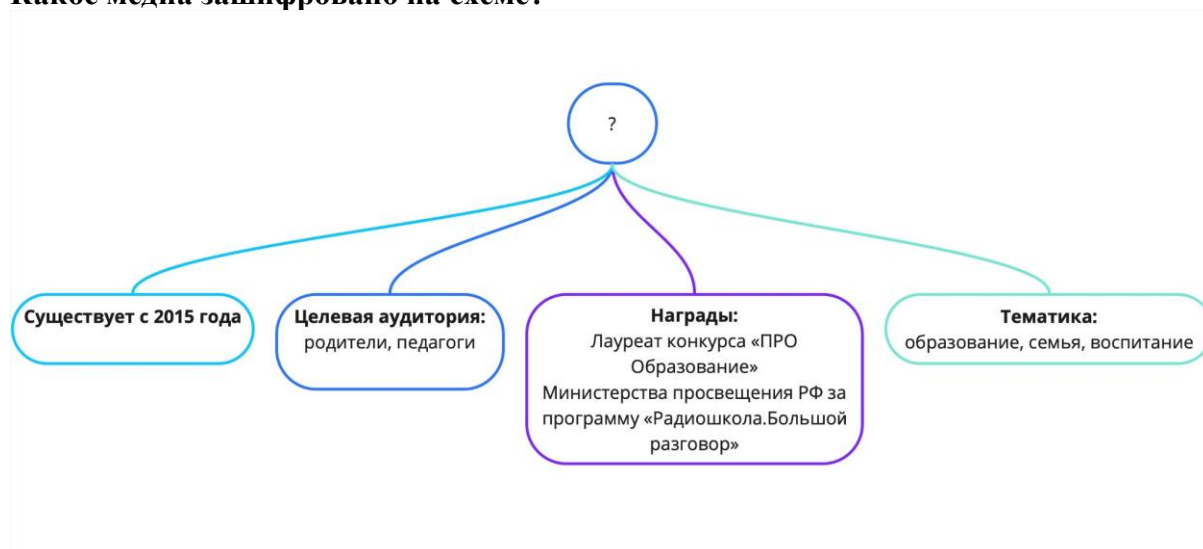
« _____ » — математические модели, которые разрабатываются ИТ-специалистами для решения разных задач: от аналитики до создания оригинальных картинок по запросу.

1. Средство массовой информации
2. Нейросети
3. Коммуникации
4. Большие данные
5. Естественные системы

Ответ: 2

Задание 2.

Какое медиа зашифровано на схеме?



1. Такие дела
2. Мел
3. Известия
4. Арзамас
5. Большой город

Ответ: 2

Задание 3.

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

Каждый день миллионы людей получают новости, развлекательный контент и образовательные материалы по всему миру. Но с увеличением объема информации возникает проблема дезинформации. Потребители часто сталкиваются с 1) _____ и манипуляциями, что требует от них осознанности в выборе источников. Чтобы защититься от ложных новостей, важно уметь проводить 2) _____, иными словами, проверять информацию на достоверность. Вот почему в современном мире качественное медиаобразование необходимо для формирования критического 3) _____ у аудитории.

С развитием искусственного интеллекта (ИИ) все сложнее становится распознать достоверную информацию. Однако искусственный интеллект может быть и полезным инструментом в различных сферах жизни, если его использовать правильно. ИИ открывает новые возможности для 4)_____ больших данных и оптимизации процессов. При грамотном использовании нейросети упрощают жизнь пользователям и позволяют сократить время выполнения повседневных задач. В СМИ нейросетям доверяют такие задачи, как написание 5)_____.

Вместе с тем при использовании ИИ возникают различные вопросы этики и 6)_____ данных. Потребители ИИ должны быть осведомлены о том, как используются их данные и какие решения принимаются ИИ. Таким образом, образование в области технологий и ИИ становится ключевым фактором для формирования компетенций у будущих 7)_____, работающих с информационными технологиями и создающими контент.

Возможный ответ:

- 1) Фейками/фейковыми новостями
- 2) Фактчекинг
- 3) Мышления
- 4) Обработки/анализа
- 5) Новостей
- 6) Конфиденциальности/ безопасности
- 7) Медиаспециалистов

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в креативном агентстве. К вам обращается известная фирма, разрабатывающая видеоигры. Фирма планирует запускать новую игру, которая рассчитана на подростков от 14 до 18 лет. В игре можно выбирать разных персонажей, исследовать мир, решать загадки и проходить увлекательные сюжетные линии. Игра отличается нелинейным геймплеем: действия игрока напрямую влияют на ход событий, а возможность многопользовательской игры добавляет командный дух.

Ваша задача — разработать рекламный баннер для продвижения игры. Баннер будет размещен на тематических сайтах и в социальных сетях, где общаются подростки. Важно, чтобы дизайн был ярким и привлекательным для целевой аудитории.

Составьте концепцию рекламного баннера. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат баннера.
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 (не менее 3-х): структура материала и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), объем текста, стиль контента/тональность (tone of voice) и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: привлечь внимание подростков к новой видеоигре, стимулировать скачивание игры.
2. Формат: анимационный баннер (GIF) с возможностью клика, перенаправляющего пользователя на страницу игры.
3. Ключевой персонаж игры на фоне фрагментов игрового мира. Минималистичная анимация персонажа, например, герой может размахивать оружием или демонстрирует

навыки борьбы. Логотип игры, визуально выделяющиеся на фоне . Фон темный. Яркие контрастные цвета элементов мира и кожи персонажа, привлекающие внимание подростковой аудитории.

4. В нижней части баннера короткий и броский заголовок, отражающий суть игры, например: «Твои решения — твой мир!». Под ним золотая светящаяся кнопка с текстом «Играть сейчас». Кнопка должна вести на сайт игры. В верхней части — название и логотип игры. Используются фирменные шрифты и цвета.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы планируете выпустить мобильное приложение для пенсионеров, которое помогает следить за состоянием здоровья. Приложение включает такие функции, как отслеживание приема лекарств, напоминания о медицинских осмотрах, контроль уровня активности и советы по здоровому образу жизни. Также оно интегрируется с умными часами для мониторинга показателей здоровья, например, артериального давления и пульса. Приложение разработано для пользователей, не имеющих большого опыта работы с цифровыми технологиями, поэтому интерфейс максимально простой и удобный.

Целевая аудитория — пожилые люди в возрасте от 60 лет и старше, которые нуждаются в постоянном контроле здоровья. Для большей наглядности вы составляете портрет типичного пользователя приложения, который представлен в таблице.

	Интересы/увлечения/хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Смотрит телевизор (новости, спортивные каналы, программы о здоровье). Читает бумажные газеты и журналы, иногда использует смартфон для чтения новостей. Пользуется мессенджерами для общения. Иногда слушает радио.
	Ценности	Здоровье, уважение традиций, семья.
Николай Иванович 68 лет Тверь пенсионер	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Страх забыть принять лекарства или пропустить важный прием у врача (из-за болезни наблюдается регулярно). Беспокойство по поводу резкого ухудшения здоровья, особенно давления и сердечного ритма. Недостаток физической активности и необходимость следить за здоровьем в условиях возрастающих проблем с суставами и сердцем.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Регулярно гуляет на свежем воздухе. Читает книги и газеты. Старается часто видаться с внуками и общаться с семьей. Увлекается садоводством. Посещает регулярно поликлинику для плановых осмотров.
2. Нуждается в постоянных напоминания о приеме лекарств и визитах к врачу. Также ему хочется узнать больше о физических упражнениях и советах по поддержанию здоровья. Ему важно следить за историей здоровья, поэтому он хочет, чтобы вся информация была собрана в одном месте и была всегда под рукой.
3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Верификация– это ...

- А. проверка информационных источников и изложенных фактов на достоверность, правдивость информации
- Б. приведение текста к заданному стандарту
- В. назначение кого-либо представителем средства массовой информации при органе власти, общественной организации, мероприятии
- Г. устная и печатная деятельность, имеющая целью политическое воздействие на широкие народные массы

Ответ: А

Задание 7.

В обязанности журналиста входит:

- А. соблюдение устава редакции, с которой он состоит в трудовых отношениях
- Б. проверка достоверности сообщаемой им информации
- В. сбор информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации
- Г. использование прав журналиста для сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений
- Д. сохранение конфиденциальность информации и (или) ее источника

Ответ: АБД

Задание 8.

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

«Университеты чувствуют, что они нужны, что их будут оценивать»

Министр науки и высшего образования Российской Федерации Валерий Фальков рассказал о программах финансирования российских вузов, будущем высшего образования,

взаимодействии с бизнесом и региональными властями, цифровизации и трансформации университетов.

- В прошлом году закончилась Программа «5-100», целью которой было выведение российского образования на мировую арену и попадание 5 университетов в число 100 лучших в мире. Как вы оцениваете результаты этой программы?

- Часть получилась достаточно неплохо, а что-то оказалось неверным, поскольку сама ориентация на рейтинги, как Вы знаете, была подвергнута очень серьезной критике. Я думаю, что свою роль эта программа выполнила. И самым сильным аргументом, что результаты были положительными или сегодня мы имеем положительные результаты, это, конечно, предпочтения абитуриентов.

- В чем Вы видите три главных приоритета развития российского высшего образования на ближайшие годы?

- Самое главное и самое серьезное – это, конечно, научиться жить по программам развития, иметь длинную повестку и не бояться трансформировать базовые процессы. За этими, казалось бы, абстрактными тезисами стоит очень глубокое содержание

Ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Эколог» - уникального издания как для приверженцев экологичного образа жизни, так и для представителей профессионального сообщества. В каждом выпуске широко раскрываются тематики экологии и энергоэффективности, изменения климата и природопользования.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие экологического фестиваля «Сохраним планету вместе». На фестивале организованы: лекции от ведущих экспертов в области экологии, мастер-классы по экологичному образу жизни, конкурс экологических стартапов, тематические викторины, фотовыставка, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у организаторов, приглашённых спикеров и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классе, посетить лекцию и поделиться полезной информацией с читателями, посетить конкурс стартапов и познакомить читателей с победителями, проверить свои знания в викторине и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Эколог», и вас направляют в качестве журналиста на открытие экологического фестиваля «Сохраним планету вместе». На фестивале организованы: лекции от ведущих экспертов в области экологии, мастер-классы по экологичному образу жизни, конкурс экологических стартапов, тематические викторины, фотовыставка, фудкорт, фотозоны и т.п. После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Эколог» - женщина или мужчина, увлекающийся сферой экологии, осознанного потребления и здорового образа жизни или же являющийся профессионалом в данной сфере. Привлекает таких пользователей: новая полезная информация об экологии, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим опытом и обращаться за советом к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира экологии и другого контента (фото, видео, лонгриды, мемы и др.).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 38

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

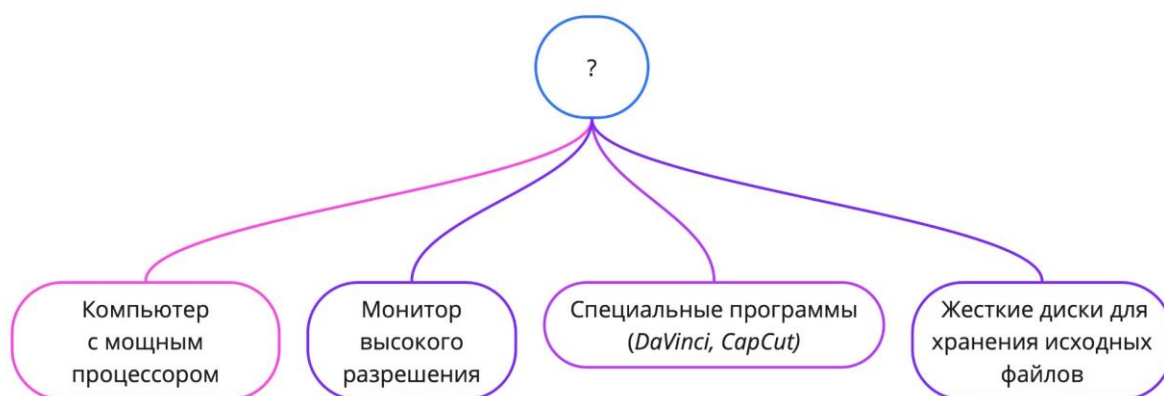
К началу XX века традиция устраивать знакомства и браки через свах обрела новую форму. В этот период начали активно развиваться брачные «_____». Они имели большой тираж и позволяли искать партнера, находясь даже в самом отдаленном провинциальном городе.

1. Агентства
2. Журналы
3. Буклеты
4. Газеты
5. СМИ

Ответ: 4

Задание 2.

Кто из медиаспециалистов выполняет работы с использованием данного набора техники и софта?



1. Монтажер
2. Редактор
3. Режиссер
4. Веб-аналитик
5. Дата-журналист

Ответ: 1

Задание 3.

Перед вами заявка на производство документального фильма. Впишите пропущенные слова (от 1 до 2 слов на месте каждого пропуска). В ответе могут быть использованы любые части речи.

- 1) _____: «Раскрывая крылья»
- 2) _____: фильм-портрет
- 3) _____: 50 минут

Логлайн: с детства у Никиты нет слуха и речи. Он живет с мамой в самом обычном городе в самой обычной квартире. Ходит в школу, играет с друзьями, делает уроки. Но у Никиты есть большая мечта — стать летчиком!

- 4) _____: 13-летний подросток Никита

- 5) _____: фильм «Катя», фильм «Тучи как люди»
6) _____: 1 000 000 рублей
7) _____: режиссер, оператор, звукорежиссер, монтажер

Возможный ответ:

- 1) Название
- 2) Жанр
- 3) Хронометраж
- 4) Главный герой
- 5) Референсы/похожие фильмы
- 6) Бюджет
- 7) Команда

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в PR-отделе компании, которая разработала новое мобильное приложение «+1», помогающее пенсионерам следить за своим здоровьем. За последние несколько недель количество установок приложения сократилось, и ваше руководство решило выделить дополнительный бюджет на продвижение. Маркетинговая служба решает, что, помимо рекламы в социальных сетях, необходимо запустить рекламную кампанию в популярных онлайн-изданиях для пенсионеров.

Проанализировав рынок цифровых медиа, вы выбрали несколько сайтов, на которых планируете разместить баннерную рекламу. Эти площадки имеют значительную аудиторию пенсионеров и их родственников. Руководство компании одобрило вашу идею, и теперь вам нужно предоставить дизайнерам информацию для разработки макета рекламного баннера.

Составьте концепцию рекламного баннера. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат баннера.
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 (не менее 3-х): структура материала и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), объем текста, стиль контента/тональность (tone of voice) и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: увеличить количество установок мобильного приложения для пенсионеров.
2. Формат: горизонтальное изображение размером 300x250 с возможностью клика, перенаправляющего пользователя на страницу загрузки приложения.
3. На баннере должно быть изображение пожилого человека, использующего приложение на смартфоне. Изображение должно занимать основную часть баннера, а текст — располагаться на плашке ниже, чтобы не перегружать композицию. Основные цвета — зеленый (символ здоровья и свежести) и голубой (ассоциируется с надежностью и спокойствием). Эти цвета будут создавать позитивное настроение и вызывать доверие у целевой аудитории.
4. Стиль должен быть дружелюбным, простым и доступным. Текст должен состоять из заголовка, подзаголовка и основного сообщения. Заголовок: «+1». Подзаголовок: «Следите за здоровьем легко!». Основное сообщение: «Напоминайте себе о лекарствах, следите за состоянием здоровья и получайте советы по здоровому образу жизни. Загрузите

приложение прямо сейчас!». Необходимо добавить логотип приложения. И рядом сделать иконку — палец, указывающий на логотип, так пользователь сможет догадаться, что баннер кликабельный, и перейти по ссылке.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Команда молодых журналистов и блогеров планирует запустить интернет-СМИ с лайфстайл тематикой, охватывающее такие направления, как путешествия, мода, культурный досуг и современные тренды. Идея заключается в создании платформы, которая будет вдохновлять читателей открывать новые места в городе, следить за последними модными тенденциями и получать информацию о новинках в музыке, кино, о премьерах в театрах и новых выставках. Авторы планируют публиковать разнообразные материалы: новости, статьи, видеообзоры и интервью с известными личностями.

Команда считает, что их проект будет особенно интересен молодой аудитории в возрасте от 18 до 35 лет. Это активные горожане, которые увлечены культурой, путешествиями, модой. Для более детального представления целевой аудитории и ее потребностей команда проекта составляет портрет типичного представителя.

	<table><tr><td>Интересы/увлечения/ хобби</td><td>1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr><tr><td>Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</td><td>Активно использует социальные сети. Читает блоги о моде и путешествиях. Слушает подкасты про кино по дороге на работу. Смотрит развлекательные шоу на видеоплатформах.</td></tr><tr><td>Ценности</td><td>Самовыражение и индивидуальность. Путешествия. Карьера.</td></tr><tr><td>Потребности</td><td>2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr><tr><td>Что беспокоит</td><td>Чувство упущенных возможностей — боится пропустить интересные события в сфере культуры. Сложность в нахождении актуальной и качественной информации о культурных мероприятиях. Боится быть не в тренде и не в курсе актуальных новинок. Переживает, что не сможет поддержать разговоры коллег. Ее пугает одиночество и страх быть отвергнутой социумом.</td></tr><tr><td>Метод исследования целевой аудитории</td><td>3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr></table>	Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Активно использует социальные сети. Читает блоги о моде и путешествиях. Слушает подкасты про кино по дороге на работу. Смотрит развлекательные шоу на видеоплатформах.	Ценности	Самовыражение и индивидуальность. Путешествия. Карьера.	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Что беспокоит	Чувство упущенных возможностей — боится пропустить интересные события в сфере культуры. Сложность в нахождении актуальной и качественной информации о культурных мероприятиях. Боится быть не в тренде и не в курсе актуальных новинок. Переживает, что не сможет поддержать разговоры коллег. Ее пугает одиночество и страх быть отвергнутой социумом.	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Активно использует социальные сети. Читает блоги о моде и путешествиях. Слушает подкасты про кино по дороге на работу. Смотрит развлекательные шоу на видеоплатформах.												
Ценности	Самовыражение и индивидуальность. Путешествия. Карьера.												
Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Что беспокоит	Чувство упущенных возможностей — боится пропустить интересные события в сфере культуры. Сложность в нахождении актуальной и качественной информации о культурных мероприятиях. Боится быть не в тренде и не в курсе актуальных новинок. Переживает, что не сможет поддержать разговоры коллег. Ее пугает одиночество и страх быть отвергнутой социумом.												
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Много работает. Любит ходить по магазинам. С друзьями по выходным ходят в кино или на выставки современного искусства. Ведет здоровый образ жизни.
2. Хочет получать актуальную информацию о событиях, выставках, концертах в городе. Ей нужен онлайн-ресурс, чтобы удобно было читать на работе в перерывах между задачами. Ей хочется быть в тренде всех культурных новинок, чтобы делиться своими находками с друзьями и коллегами.
3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Колумнист (в журналистике) – это ...

- А. сотрудник рекламного агентства, в обязанности которого входит сочинение оригинальных рекламных текстов (слоганов)
- Б. лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации
- В. специалист по составлению текстов речей для политических деятелей
- Г. журналист или публицист, ведущий постоянную рубрику (колонку) в газете, журнале или интернет-издании

Ответ: Г

Задание 7.

В обязанности журналиста входит:

- А. получение согласия (за исключением случаев, когда это необходимо для защиты общественных интересов) на распространение в средстве массовой информации сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина или его законных представителей
- Б. проверка достоверности сообщаемой им информации
- В. предъявление при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста
- Г. использование прав журналиста для сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений
- Д. распространение слухов под видом достоверных сообщений

Ответ: АБВ

Задание 8.

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

Министр просвещения рассказал о переменах в образовании

- Сергей Сергеевич, перемены сейчас происходят на каждом уровне образования – новая федеральная программа для детских садов, новые федеральные программы для средней школы, в колледжах – «Профессионалитет», советники директоров по воспитательной работе, «Разговоры о важном», в педвузах – ядро педагогического образования. Много изменений, которые происходят с подачи Министерства просвещения. У нас опять реформы?!

- Действительно, изменения в системе образования происходят. Но я бы не говорил, что это какая-то реформа или модернизация. Это, напротив, на мой взгляд, эволюционные изменения, которые давно назрели. Они основываются на лучших традициях нашего отечественного образования, и на всем лучшем, что есть в системах образования других стран.

В чем стратегия перемен? Мы строим лучшую в мире систему школьного и дошкольного образования.

- Что значит лучшая в мире? Какие критерии?

- Главная задача любой системы образования – это воспитать достойного гражданина, человека с большой буквы. Дать хорошие знания, чтобы наши ребята, которые завершают школу, имели широкий кругозор, прочные знания по всем предметам, не только те, которые выходят на Единый государственный экзамен. И второе – чтобы те традиционные духовные ценности, которые формируют личность, дают развитие и стране, были бы не формальны, хранились бы в душе молодого человека.

Ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Urban» - уникальном издании для молодых, современных и активных людей. Каждый выпуск фокусируется на искусстве, литературе, активизме, фотографии и экологии, а подкрепляется весь материал безупречным дизайном. Номер целиком и полностью состоит из авторских колонок и интервью с самыми знаковыми персонажами современной молодёжной культуры.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля молодёжной культуры «Пульс лета». На фестивале организованы: выступления молодых артистов и творческих коллективов, показательные выступления спортсменов bmx, скейтеров, хип-хоп и k-роп коллективов, лекции от молодёжных лидеров мнений, мастер-классы, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у организаторов, приглашённых спикеров, артистов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классе, посетить лекцию и поделиться полезной информацией с читателями, посетить показательные выступления и попробовать прокатиться на скейтборде и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Urban» - уникальном издании для молодых, современных и активных людей. Каждый выпуск фокусируется на искусстве, литературе, активизме, фотографии и экологии, а подкрепляется весь материал безупречным дизайном. Номер целиком и полностью состоит из авторских колонок и интервью с самыми знаковыми персонажами современной молодёжной культуры.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля молодёжной культуры «Пульс лета». На фестивале организованы: выступления молодых артистов и творческих коллективов, показательные выступления спортсменов bmx, скейтеров, хип-хоп и k-роп коллективов, лекции от молодёжных лидеров мнений, мастер-классы, фудкорт, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Urban» - молодой парень или девушка, увлекающийся модными тенденциями, современными молодёжными движениями и ведущий активный образ жизни. Привлекает таких пользователей: новая полезная информация из мира молодёжной культуры, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всех уголков страны и делиться своим творчеством и достижениями и обмениваться опытом с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира молодёжной культуры и другого контента (фото, видео, лонгриды, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 39

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

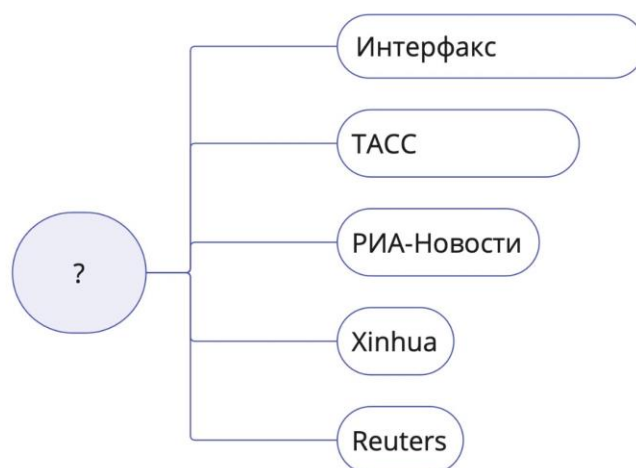
« _____ » — сотрудник редакции, который пишет статьи про различные события, а также часто работает в полевых условиях, освещая события непосредственно с места их проведения.

1. Редактор
2. Корреспондент
3. Корректор
4. SMM-специалист
5. Продюсер

Ответ: 2

Задание 2.

Какой термин зашифрован на схеме?



1. Медиахолдинги
2. Информационные агентства
3. Интернет-издание
4. Информационные сообщества
5. Поисковики

Ответ: 2

Задание 3.

Перед вами пример части технического задания на разработку сайта. Впишите пропущенные слова (от 1 до 2 слов на месте каждого пропуска). В ответе могут быть использованы любые части речи.

1)_____	Салон красоты «Для всей семьи»
Описание компании	Салон красоты в новом жилищном комплексе в спальном районе. В нашем ЖК много молодых семей. В салоне работают женские и мужские парикмахеры, мастера маникюра, есть косметологический кабинет.
Задачи сайта	Рассказать о наших услугах, акциях, мастерах, показать преимущества нашего салона. С сайта возможен переход к форме онлайн-записи в салон. Надеемся привлечь новых клиентов, расширить базу постоянных клиентов.
Преимущества	Мы салон полного цикла. У нас можно одновременно получить несколько услуг. В субботу и воскресенье в салоне работает няня. Мамы и папы могут приходит в салон с маленькими детьми, мы организуем присмотр за ними. У нас есть программа лояльности — семейная карта, скидки и бонусы для всех членов семьи.
2)_____	Молодые семьи, семьи с маленькими детьми
3)_____	В нашем жилищном комплексе есть еще два салона «Павлин-мавлин» и «Красотулька»
4)_____	150 000 рублей
5)_____	Один месяц
6)_____	Мы хотели бы, чтобы наш сайт был похож по структуре на сайты известных салонов: «Красота внутри и снаружи», «MakeMeUP».
7)_____	Менеджер салона красоты «Для всей семьи»

Возможный ответ:

- 1) Заказчик/компания-заказчик
- 2) Целевая аудитория/аудитория
- 3) Конкуренты
- 4) Бюджет
- 5) Срок/срок изготовления
- 6) Референсы
- 7) Контактное лицо/представитель заказчика

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вас пригласили в команду, которая занимается продвижением шахматного клуба «Из Пешки в Дамки». Его создали студенты вуза Москвы. Клуб проводит регулярные турниры и занятия, матчи с лучшими командами столицы. Совсем скоро будет проходить шахматный фестиваль. Участники клуба сыграют со знаменитыми международными гроссмейстерами. Вам поручено осветить это событие в телеграм-канале клуба. Учтите, что это большое событие как для шахматного клуба, так и для вуза, поэтому другие студенческие организации тоже захотят осветить это мероприятие в своих пабликах в социальной сети «ВКонтакте». Вам нужно сделать пост, который можно было бы разместить в пабликах различных студенческих организаций.

Составьте концепцию поста. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель поста.
2. Формат(ы) 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:

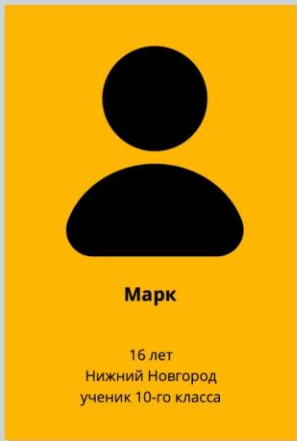
1. Цель: рассказать о предстоящем мероприятии и увеличить узнаваемость шахматного клуба.
2. Формат: фотография и текст.
3. На фото изображен процесс игры крупным планом (например, рука с фигурой или фрагмент шахматной доски с верхнего ракурса). В центре фотографии — название мероприятия: «Шахматный фестиваль 2024». Внизу — дата, время и место проведения, а также логотип клуба и университета. Используется яркий шрифт (золотой, бордовый или синий) на контрасте черно-белых шахматных клеток. Минимальный размер изображения — 510x400 пикселей.
4. В описании к фото должен быть обозначен информационный повод (подчеркнуть высокий статус события), роль студенческого шахматного клуба, значение события для вуза. В последнем предложении — призыв к действию, призыв посетить фестиваль. Текст краткий, до 200 слов. В тексте также упомянуть и можно визуально выделить с помощью эмодзи место, дату и время фестиваля. Tone of voice: воодушевляющий и дружелюбный, акцент на гордость за университет и клуб.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Молодая театральная студия «Камера. Мотор!» хочет привлечь новых учеников. Вас попросили помочь вести их телеграм-канал. Целевая аудитория — старшеклассники московских школ, которые хотят научиться более уверенно общаться, владеть своим голосом и телом, попробовать себя в театральных профессиях. Они активно пользуются социальными сетями и мессенджерами, но пока редко создают свой медийный контент. В телеграм-канале планируется показывать лучшие фрагменты из спектаклей студии, делиться новостями, давать практические советы, знакомиться с участниками студии и активно поддерживать общение с подписчиками.

Вы планируете провести исследование целевой аудитории, чтобы уточнить ее интересы и потребности, проверить свои гипотезы, и составляете портрет типичного представителя вашей целевой аудитории.

 Марк 16 лет Нижний Новгород ученик 10-го класса	Интересы/увлечения/хобби	Интересуется электронной музыкой, учится создавать композиции в специальных программах. Ему нравится современный театр, он хотел бы связать свою будущую профессию с этим. Играет в видеоигры.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Саморазвитие, общение с единомышленниками, хорошее образование.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Не нравится отвечать на вопрос: кем ты будешь? Марку важно разобраться, кто он сейчас. Тяготит перспектива обязательных экзаменов, необходимость заниматься тем, что не особо интересно, вместо того, что действительно нравится. Хотел бы публично показывать свое творчество, но боится негативной реакции.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает телеграм-каналы о театре, музыке, современном искусстве. Слушает подкасты, использует музыкальные интернет-сервисы. Смотрит видеоинтервью с интересными творческими людьми. Общается в основном с ближним кругом, использует мессенджеры.
2. Хочет найти компромисс между свободой творчества и перспективами заработка. Потребности в самореализации и признании. Марку важно расширить круг общения, найти знакомых и даже друзей, которые бы разделяли его интересы и имели бы схожие ценности.
3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Пресса – это ...

- А. организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации
- Б. часть средств массовой коммуникации, включающая массовые периодические печатные и электронные издания для массового читателя
- В. средства массовой информации (печать, радио, телевидение, кинематограф, средства видео- и звукозаписи и воспроизведения)
- Г. периодические издания, посвященные профессиональной журналистской проблематике

Ответ: Б

Задание 7.

Журналист не должен заниматься этим:

- А. соблюдать устав редакции, с которой он состоит в трудовых отношениях
- Б. использовать права журналиста на распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан исключительно по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями
- В. удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые
- Г. собирать информацию в пользу постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации.
- Д. распространять слухи под видом достоверных сообщений

Ответ: Б, Г, Д

Задание 8.

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

Медицина долгой жизни

Министр здравоохранения России Вероника Скворцова рассказала о врачебных ошибках и о том, как их избежать, о доступности и развитии медицины в городе и на селе, и о том, как за последние не самые простые годы удалось увеличить продолжительность жизни россиян.

- Вероника Игоревна, первый вопрос - один из самых "горячих" в последнее время - врачебные ошибки. Одни говорят, что надо усиливать ответственность врача; другие возражают: есть высокорисковые сферы медицины, и если доктор будет опасаться за свое благополучие, он просто откажется помогать пациентам. Как вы видите решение этой проблемы?

- Врач - живой человек. Он бывает уставшим, например, если тяжелое дежурство. Иногда ему не здоровится. Бывают ситуации, когда состояние больного, симптомы, результаты исследований сложно толковать однозначно. Никто, к сожалению, не застрахован от ошибок или недоразумений. Поэтому мы поставили задачу создать такую систему управления качеством медицинской помощи, которая бы дала врачу возможность

опереться на самый передовой опыт, сверить свои действия, и тем самым предотвратить возможную ошибку.

- Вы имеете в виду клинические рекомендации, которые, по сути, задают алгоритм действий врача? Но в "протокол" укладывается далеко не каждый конкретный случай...

- Безусловно, медицина не только ремесло, но и высокое искусство, и требует креативного подхода. Но этот высокий уровень может быть достигнут, только если в целом мы обеспечим достаточный уровень качества. Этот "базовый" уровень гарантируют клинические рекомендации, которые являются алгоритмом действий врача, в зависимости от тяжести и особенностей течения заболевания у конкретного больного. Это и позволяет обеспечить индивидуальный подход к лечению.

- Медицинское сообщество приняло такой подход?

- Не просто приняло, а вместе с нами разработало. Мы максимально упростили освоение клинических рекомендаций - все они не просто находятся в открытом доступе на сайте минздрава, но также разработана специальная поисковая система, которая позволяет быстро находить необходимую информацию - электронный рубрикатор.

Ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Куда сходить?» - уникального издания для любителей активного и полезного времяпрепровождения. В каждом номере авторы рассказывают о достопримечательностях, выставках, концертах, театре, шоу, спорте, активном отдыхе и отдыхе с детьми.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие летнего фестиваля водных видов спорта «Морская звезда». На фестивале организованы: массовый заплыв на сапбордах, показательные выступления вейксерфингистов и мастер-классы для новичков, прогулки на яхтах, мастер-классы по приготовлению блюд из морепродуктов, анимация для детей, фотовыставка «Удивительный подводный мир», фудкорт, фотозоны и т.п. фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у организаторов, профессиональных спортсменов, мастеров и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в заплыве и попробовать свои силы в вейксерфинге, посетить мастер-класс по приготовлению блюд из морепродуктов и поделиться лучшими рецептами с читателями, посетить фотовыставку и

т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Куда сходить?» - уникального издания для любителей активного и полезного времяпрепровождения. В каждом номере авторы рассказывают о достопримечательностях, выставках, концертах, театре, шоу, спорте, активном отдыхе и отдыхе с детьми.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие летнего фестиваля водных видов спорта «Морская звезда». На фестивале организованы: массовый заплыв на сапбордах, показательные выступления вейксерфингистов и мастер-классы для новичков, прогулки на яхтах, мастер-классы по приготовлению блюд из морепродуктов, анимация для детей, фотовыставка «Удивительный подводный мир», фудкорт, фотозоны и т.п.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Куда сходить?» - мужчина или женщина, интересующийся культурной жизнью своего региона и ведущий активный образ жизни. Привлекает таких пользователей: простота изложения информации, экономия времени, возможность найти интересные мероприятия и организовать свой досуг и обмениваться опытом и впечатлениями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира культурной жизни и другого контента (фото, видео, лонгриды, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 40

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

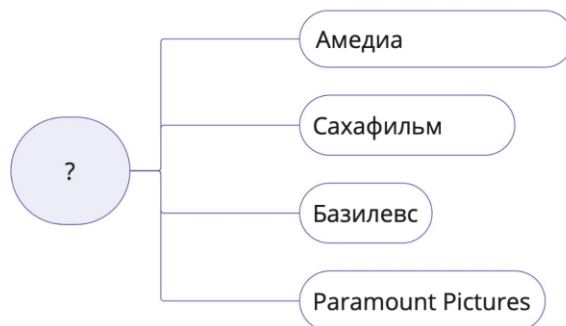
« _____ » — форма рекламы, которая органично интегрируется в контент, не нарушая его целостности, в ней нет прямых призывов к покупке.

1. Таргетированная реклама
2. Баннер
3. Печатная реклама
4. Нативная реклама
5. Аудиореклама

Ответ: 4

Задание 2.

Как наиболее точно можно охарактеризовать все названия на этой схеме?



1. Компании
2. Российские компании
3. Региональный бизнес
4. Кинокомпании
5. Стриминговые сервисы

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.

Профессия UX/UI дизайнера — это создание комфортных, интуитивно понятных и дружелюбных человеку 1)_____.

UI/UX дизайнер создает и дорабатывает интерфейсы 2)_____ приложений и/или игр, проектирует пользовательские сценарии 3)_____ с продуктом, генерирует дизайн-решения и гипотезы, повышающие удобство использования. Дизайнер интерфейсов должен уметь работать в графических 4)_____ на продвинутом уровне, разбираться в типографике, композиции, сочетаемости 5)_____. Но все же основной его навык — способность видеть продукт глазами 6)_____. Качественный UX-дизайн помогает проектам развиваться, привлекает клиентов, увеличивает 7)_____ и сокращает издержки.

Возможный ответ:

- 1) Интерфейсов
- 2) Мобильных
- 3) Взаимодействия
- 4) Цветов/шрифтов
- 5) Редакторах
- 6) Пользователя
- 7) Прибыль

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Танцевальный ансамбль вашей школы «Dance Hall» будет принимать участие в международном фестивале. Это очень престижное мероприятие со строгим отбором. Коллектив долго стремился попасть на этот фестиваль. Вам поручили рассказать о событии в телеграм-канале школы. В вашем распоряжении архив фотографий и видеовыступлений. Коллектив надеется, что фестиваль поможет привлечь внимание школьников к их деятельности, привлечет новых участников. Разработайте концепцию поста об участии ансамбля в фестивале для телеграм-канала школы.

Составьте концепцию поста. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель поста.
2. Формат(ы) 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: рассказать об участии ансамбля в фестивале и увеличить узнаваемость школьного танцевального ансамбля, привлечь новых участников.
2. Формат: видео и сопроводительный текст.
3. Видеоролик из нарезки самых ярких моментов с выступлений ансамбля. Длительность видеоролика — 1,5-2 минуты. Ролики динамичный. Используется ритмичная танцевальная

музыка. В финале разместить титр с логотипом ансамбля. Видео должно быть высокого качества — разрешение 1080p или выше.

4. В описании к видео должны быть обозначены информационные поводы. Подчеркнута дружеская атмосфера ансамбля, хорошие условия для участников. Текст краткий, до 200 слов. Прикрепить ссылки, по которым пользователи могут перейти на страницу фестиваля и социальные сети танцевального коллектива. Видеоролик и описание к нему должны быть сделаны в единой стилистике канала, визуально сочетаться с концепцией канала школы.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Ваши друзья открыли новую кофейню «Кофе и разговоры» рядом с местным университетом и хотят запустить ее приложение. Главное отличие проекта ваших друзей — в меню будут не только стандартные напитки, но и авторские вариации кофе. В приложении будет доступен онлайн-заказ, можно выбирать свою систему бонусов и скидок. Также друзья хотят предусмотреть в приложении возможность самому создать свой напиток и заранее заказать его: будет много информации об ингредиентах, их пользе, сочетаемости и т.д.

Полная концепция приложения еще в разработке. Друзья хотели бы больше узнать о том, как выстроено медиапотребление целевой аудитории, что стоит предусмотреть в новом приложении, на какие потребности оно может откликаться. Вас попросили провести соответствующее исследование, в рамках которого вы составляете портрет типичного пользователя

 Михаил 20 лет Новосибирск студент	Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Читает телеграм-каналы своего университета, следит в интернете за спортивными соревнованиями. Слушает подкасты о путешествиях, о профориентации. Смотрит видеоинтервью с путешественниками и специалистами в сфере создания профессиональных траекторий. Общается в основном с ближним кругом, использует мессенджеры.
	Ценности	Образование, саморазвитие, общение с друзьями.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Ему не нравится длительное ожидание своего заказа в кофейне, особенно в утренний час пик, из-за этого он постоянно опаздывает на пары. Слишком много рутины, хочется больше впечатлений и разнообразия. Авторские кофейные напитки стоят слишком дорого.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы бы протестировали интерфейс и функции приложения. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Ведет здоровый образ жизни: посещает спортзал, интересуется полезным питанием. Обожает кофе, старается пробовать новые вкусы и заведения. Следит за модными трендами, часто делает покупки в онлайн-магазинах. Интересуется экологией и осознанным потреблением (стремится уменьшить свой углеродный след).
2. Хочет пить необычные кофейные напитки, но для него это слишком дорого, поэтому ему важно участвовать в акциях и программах лояльности. Ему хочется заказывать кофе заранее, чтобы не тратить время в очереди. Ему нравится выбирать ингредиенты самостоятельно, так можно проявить свою креативность.
3. Фокус-группа. Это метод исследования, при котором собирается небольшая группа потенциальных пользователей (6-10 человек), которые обсуждают продукт или его концепцию под руководством модератора. Участникам предлагается протестировать приложение и обсудить его ключевые функции, интерфейс и привлекательность. Фокус-группа позволит глубже понять, что именно нравится или не нравится целевой аудитории в интерфейсе и функциях приложения. Участники смогут поделиться своими ощущениями и предложениями, что позволит выявить слабые места в концепции и доработать приложение. Такой формат также удобен для генерации новых идей, которые могут улучшить пользовательский опыт.

Задание 6.

Инфографика – это ...

- А. визуальное представление данных, передача информации через связанные между собой изображения, схемы, диаграммы, графики, карты и текст
- Б. контроль различных процессов в общественной и профессиональной сферах
- В. величина реальной аудитории, выраженная в процентах от населения или потенциальной аудитории
- Г. рисунок, фотография, гравюра или другое изображение, поясняющее текст

Ответ: А

Задание 7.

Журналист не должен заниматься этим:

- А. предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста
- Б. использовать права журналиста для сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений
- В. при получении информации от граждан и должностных лиц ставить их в известность о проведении аудио- и видеозаписи, кино и фотосъемки
- Г. собирать информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации

Д. распространять слухи под видом достоверных сообщений

Ответ: БГД

Задание 8.

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

«Никогда в истории не было такой дискриминации спортсменов по национальному признаку»

Министр спорта России Олег Матыцин уверен, что большинство международных спортивных чиновников выступают за возвращение наших спортсменов

— *Какие меры поддержки Минспорт подготовит для федераций, спортсменов и тренеров в сложившейся ситуации?*

— Уверен, меры поддержки реально работают, если основываются на мнениях спортсменов, тренеров, специалистов, ради которых все это делается. Поэтому на прошлой неделе провел встречи с комиссией спортсменов ОКР, с руководителями летних и зимних федераций, с представителями Паралимпийского комитета России. Эти встречи вселили уверенность, что в целом мы выбрали правильные направления мер поддержки спортивной сферы.

— *Из-за санкций наши команды не имеют возможности выезжать на учебно-тренировочные сборы в большинство стран. Есть ли виды спорта, по которым это очень болезненно ударит?*

— В той или иной мере базы в России есть для всех видов спорта. Но не все соответствуют высочайшим стандартам. Где-то требуется реконструкция, где-то — капитальный ремонт. Еще есть момент сезонности. Например, наши гребцы выезжали за границу, чтобы пораньше начать подготовку к международному сезону. Сейчас мы думаем, как исправить этот пробел. Прорабатываем с рядом регионов, у которых есть громадный горно-климатический ресурс, чтобы использовать их возможности. Если говорить о самой ближайшей перспективе, то есть такие дружественные страны, как Армения, Киргизия, Казахстан. Но в перспективе, естественно, мы построим базу на территории РФ.

— *Вы не являетесь сторонником эмоциональных решений по созданию альтернативных федераций. Значит ли это, что мы не хотим закрываться и нацелены на возвращение на международную арену?*

— Возвращение на международную арену не является некой мечтой. Эмоциональные и политизированные рекомендации МОК и решения международных федераций в отношении российских спортсменов нанесли огромный урон международному спорту. Никогда в истории не было такой дискриминации спортсменов по национальному признаку. Тем не менее решения приняты. Мы оказались в новых условиях.

Ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Московские сезоны» - уникального издания для гостей и жителей столицы, отдающих предпочтение активному и полезному времяпрепровождению. В каждом номере авторы рассказывают о достопримечательностях, выставках, концертах, театре, шоу, спорте, активном отдыхе и отдыхе с детьми в Москве.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие осеннего фестиваля «Праздник урожая». На фестивале организованы: дегустация специальных сезонных блюд с тыквой и пряностями, мастер-классы от столичных шеф-поваров, тематические арт-объекты, ремесленные, творческие и промысловые мастер-классы, выступления фолк-музыкантов и кавер-групп, фотовыставка «Осень в городе», фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у организаторов, приглашённых мастеров и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классе, продегустировать осенние блюда и поделиться рецептом с читателями, посетить концертную программу и фотовыставку и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Московские сезоны» - уникального издания для гостей и жителей столицы, отдающих предпочтение активному и полезному времяпрепровождению. В каждом номере авторы рассказывают о достопримечательностях, выставках, концертах, театре, шоу, спорте, активном отдыхе и отдыхе с детьми в Москве.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие осеннего фестиваля «Праздник урожая». На фестивале организованы: дегустация специальных сезонных блюд с тыквой и пряностями, мастер-классы от столичных шеф-поваров, тематические арт-объекты, ремесленные, творческие и промысловые мастер-классы, выступления фолк-музыкантов и кавер-групп, фотовыставка «Осень в городе», фотозоны и т.п.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Московские сезоны» - мужчина или женщина, интересующийся культурной жизнью города и ведущий активный образ жизни. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о культурной жизни города, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти интересные мероприятия и организовать свой досуг и обмениваться впечатлениями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из культурной жизни столицы и другого контента (фото, видео, лонгриды, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 41

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

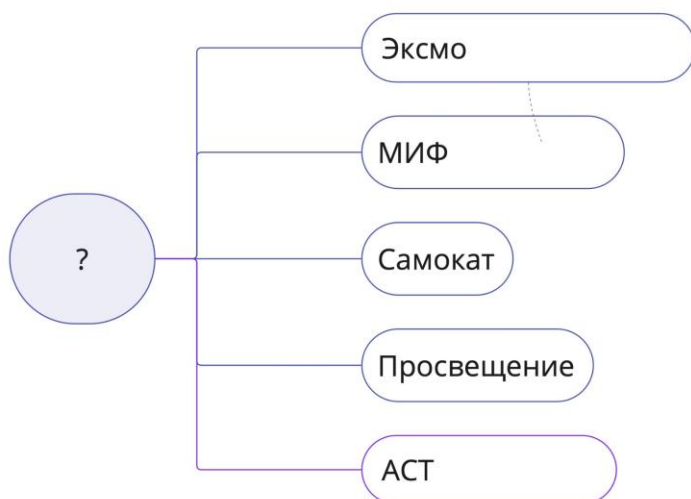
Сообщение о начале войны, произнесенное Юрием Левитаном 22 июня 1941 года, было передано по «_____». Большинство людей с помощью именно этой медиатехнологии узнавали последние новости с фронта.

1. Телевидению
2. Интернету
3. Телеграфу
4. Радио
5. Сотовой связи

Ответ: 4

Задание 2.

Какое слово, объединяющее все представленные названия, зашифровано на схеме?



1. Телеканал
2. Книга
3. Подкаст
4. Издательство
5. Журнал

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.

Основная причина роста популярности вертикальных видео — просмотр контента в социальных 1)_____ на 2)_____ устройствах. Снимать в таком стиле проще всего, для этого не нужно покупать дорогое оборудование, а можно использовать

3)_____. Также можно переформатировать изначально 4)_____ видео в вертикальное, но это достаточно сложный процесс. В таком случае важно, чтобы главная фигура в кадре располагалась по 5)_____.

Современные компании все чаще используют этот формат в продвижении своих продуктов, поскольку вертикальные видеоролики занимают весь 6)_____, а не небольшую его часть. Вертикальные видеоролики в большей степени захватывают внимание зрителя в сравнении с рекламными 7)_____, которые размещаются обычно сверху или снизу.

Возможный ответ:

- 1) Сетей
- 2) Мобильных
- 3) Телефон/смартфон
- 4) Горизонтальное
- 5) Центру
- 6) Экран
- 7) Баннерами

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы сотрудничаете с волонтерским центром «Домашний хвостик», который помогает бездомным животным. Центр хочет активнее искать новых владельцев для своих питомцев и привлечь внимание к проблеме бездомных животных. В данный момент у центра есть только паблик «ВКонтакте» и телеграм-канал, где два раза в неделю публикуются новости, информация о потребностях центра и репортажи о приезде спонсоров. Вам удалось договориться с двумя инфлюенсерами о сотрудничестве, они готовы сделать репост в своих каналах.

Ваша задача — разработать концепцию поста для телеграм-канала, который смогут репостить инфлюенсеры. Пост должен привлечь внимание к проблеме бездомных животных и вдохновить подписчиков стать новыми хозяевами для питомцев центра.

Составьте концепцию поста у блогера. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель поста.
2. Формат(ы) 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: привлечь внимание аудитории к проблеме бездомных животных, побудить аудиторию взять животное из приюта.
2. Формат: видео и сопроводительный текст.
3. Видеоролик с питомцами (собаки, кошки) в уютной обстановке, играющими или взаимодействующими с волонтерами. Крупные планы, показывающие радостные эмоции. Спокойные фоны. Видео должны быть высокого качества: Full HD или выше.

4. Текст краткий, объем 100–150 слов. Короткий, вдохновляющий рассказ о питомце, который уже нашел новый дом. Обязательно упомянуть четкий алгоритм действий: что нужно сделать, чтобы забрать животное из приюта. Добавить призыв к действию: «Посети наш канал, познакомься с хвостиками и найди своего друга!». В конце текста оставить контакты. Прямой и лаконичный стиль, понятный широкой аудитории.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Фитнес-клуб вашего района решил запустить свое приложение. Клуб среднего ценового диапазона, есть бассейн, йога, тренажерный зал, силовые тренировки и зал для командных видов спорта. В приложении планируется разместить расписание, предусмотреть запись на занятия, информировать о новых предложениях клуба, показывать загруженность клуба. Разработчики хотят понять, какой еще функционал приложения будет востребован у клиентов, как лучше организовать путь пользователя.

Вас попросили провести соответствующее исследование, в рамках которого вы составляете портрет типичного представителя вашей целевой аудитории.

 Сергей 25 лет Москва event-менеджер	Интересы/увлечения/ хобби	Интересуется здоровым образом жизни, поддержанием физической формы. Предпочитает активный отдых. Любит плавание и периодически посещает бассейн.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Потребности	Сергею важно, чтобы занятия спортом вписались в график. Имеет значение загруженность клуба: он не любит заниматься, когда много народу. Потребность в компетентных тренерах и занятиях, помогающих решать проблемы со здоровьем. Сергей хочет на постоянной основе начать заниматься йогой.
	Что беспокоит	Много времени проводит за компьютером, возникли проблемы со спиной и сильно ухудшилось зрение. Много стрессовых ситуаций на работе. Мало времени на отдых, общение с друзьями. К сожалению, не всегда его график позволяет посещать групповые тренировки.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 укажите не менее 3-х ценностей типичного представителя целевой аудитории.

В пункте 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы бы протестировали интерфейс и функции приложения. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Активно пользуется социальными сетями и мессенджерами. Установлено больше 10 различных приложений. Смотрит развлекательный контент на видеоплатформах. Играет в игры на телефоне.
2. Ценит здоровье, хорошую физическую форму и баланс между работой и личной жизнью. Ценит удобство и возможность планировать свое расписание. Технологии, облегчающие организацию времени.
3. Фокус-группа. Это метод исследования, при котором собирается небольшая группа потенциальных пользователей (6–10 человек), которые обсуждают продукт или его концепцию под руководством модератора. Участникам предлагается протестировать приложение и обсудить его ключевые функции, интерфейс и привлекательность. Фокус-группа позволит глубже понять, что именно нравится или не нравится целевой аудитории в интерфейсе и функциях приложения. Участники смогут поделиться своими ощущениями и предложениями, что позволит выявить слабые места в концепции и доработать приложение. Такой формат также удобен для генерации новых идей, которые могут улучшить пользовательский опыт.

Задание 6.

SMM-специалист – это ...

- А. сотрудник, который отвечает за своевременную публикацию новостей и других материалов на сайте издания
- Б. сотрудник, который осуществляет деятельность по ведению социальных сетей в соответствии с утверждённым медиапланом
- В. сотрудник, который отвечает за развитие цифровых проектов издания
- Г. человек, который возглавляет творческий коллектив журналистов, редакторов, фотографов и других сотрудников

Ответ: Б

Задание 7.

Сопоставьте «живые» источники информации с их характеристиками.

Характеристики	«Живые» источники информации
А. персоны, которые своими поступками или заявлениями привлекают внимание СМИ и аудитории Б. чаще всего ими становятся публичные люди: политики, артисты, спортсмены, бизнесмены, певцы и т.д В. люди, ставшие непосредственными свидетелями интересного события	1) Ньюсмейкеры 2) Участники и очевидцы

Г. их информации и компетентности, хватает, чтобы выступать в качестве источника информации, на базе которой можно написать новость	
Д. их комментарии помогают журналисту сделать материал более ярким, живым и эмоциональным	

Ответ: А1, Б1, В2, Г1, Д2

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Спектакль поражает грацией, лёгкостью и юмором, где молодые артисты выходят на сцену с признанными мастерами, при этом никто никого не оттеняет. Хотя балет «Тщетная предосторожность» впервые был поставлен более 200 лет назад, его сюжет до сих пор смотрится актуально — это история о том, как желания родителей не сходятся с желаниями детей.

Сегодня балет в форме держит команда Михайловского театра, в частности, Михаил Мессерер, главный балетмейстер Михайловского театра. Но изначально балет ставил британский хореограф Фредерик Аштон, поэтому и похоже оформления на фантазии английских аристократов о селе. Также он сохранил эстетику раннего театра, когда женские роли играли мужчины.

Балет «Тщетная предосторожность», конечно, привлекает фанатов Н.М. Цискаридзе артиста — где ещё можно посмотреть на него в платье. Его героиня — один из центральных персонажей спектакля. К тому она главный комический герой, поэтому Цискаридзе в «Тщетной предосторожности» нужно не только танцевать, но и заниматься пантомимой, чтобы даже последний ряд понял юмор. С этим проблем нет, сама фактура восточного мужчины в пышном платье уже вызывает смех, а актёрский талант Цискаридзе грамотно это развивает. Одним из самых ярких моментов является танец в сабо, который уже стал фишкой спектакля «Тщетная предосторожность».

Но не только на мастере всё держится. Молодые артисты отлично справляются с главными ролями. На фоне Цискаридзе лиричные Анжелина Воронцова и Никита Четвёриков тоже выглядят комичными, но не смешными, а скорее трогательными. Их воздушные танцы, символизирующие первую юную любовь, трогают каждого, кто её испытывал.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Металлист» - уникальном издании как для просвещенные опытных меломанов и профессиональных музыкантов, так и для начинающих любителей рок-музыки. Каждый выпуск содержит новости рока и рок-музыки, фоторепортажи рок-концертов, статьи о рок-музыке, рецензии рок-альбомов и

Вас направляют в качестве журналиста на открытие летнего фестиваля рок-музыки «Rock-n-roll fest». На фестивале организованы: выступления легендарных и начинающих отечественных рок-групп, палаточный городок, мастер-классы по игре на жанровых музыкальных инструментах, выступление барабанщиков, фотовыставка, фудкорт,

фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у организаторов, приглашённых музыкантов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классе и освоить музыкальный инструмент, посетить выступления рок-групп, попасть за кулисы и узнать все тонкости подготовки такого мероприятия, посетить фотовыставку и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Металлист» - уникальном издании как для просвещённых опытных меломанов и профессиональных музыкантов, так и для начинающих любителей рок-музыки. Каждый выпуск содержит новости рока и рок-музыки, фоторепортажи рок-концертов, статьи о рок-музыке, рецензии рок-альбомов и

Вас направляют в качестве журналиста на открытие летнего фестиваля рок-музыки «Rock-n-roll fest». На фестивале организованы: выступления легендарных и начинающих отечественных рок-групп, палаточный городок, мастер-классы по игре на жанровых музыкальных инструментах, выступление барабанщиков, фотовыставка, фудкорт, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Металлист» - мужчина или женщина, интересующийся рок-субкультурой и предпочитающий данный жанр музыки. Привлекает

таких пользователей: новая интересная информация из мира рок-музыки, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти интересные мероприятия и организовать свой досуг и обмениваться впечатлениями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира рок-н-ролла и другого контента (фото, видео, лонгриды, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 42

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

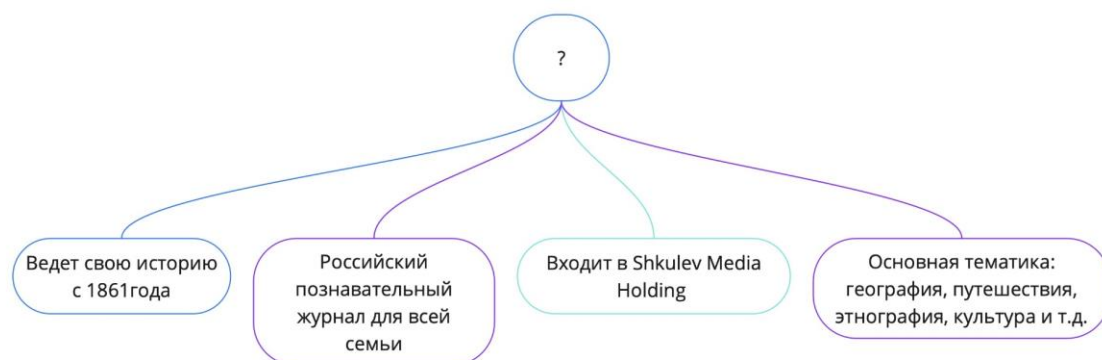
Интернет-«_____» — короткий фрагмент информации (слово или фраза, изображение, видео и т. п.), ставший модным и активно воспроизводящийся в интернете, в том числе в новых контекстах или ситуациях.

1. Фейк
2. Пост
3. Мем
4. Сайт
5. Фэн

Ответ: 3

Задание 2.

Название какого журнала зашифровано на схеме?



1. Караван историй
2. Очевидное и невероятное
3. 7 дней
4. Вокруг света
5. Кот Шрёдингера

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.

Целевая 1)_____ — это группа людей, которая заинтересована в продукте или услуге бизнеса. В описании целевой аудитории обычно указывают 2)_____, 3)_____ и место жительства, а также любые другие параметры, которые могут быть важны для бизнеса: семейное 4)_____, наличие детей, примерный доход, образование, место работы, хобби.

На основе анализа 5)_____ целевой аудитории можно изменять старые продукты и добавлять в линейку новые. Также знание аудитории поможет понять, какой 6)_____ на сайте и в 7)_____ сетях клиентам будет интереснее читать.

Возможный ответ:

- 1) Аудитория
- 2) Возраст/пол
- 3) Пол/возраст
- 4) Положение
- 5) Потребностей/интересов/предпочтений
- 6) Контент
- 7) Соцсетях

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

В вашем городе открывается кафе с капибарами. Вас пригласили работать менеджером по связям с общественностью нового кафе. Но организационные вопросы решаются очень медленно и открытие приходится переносить минимум на три месяца. Проект долгожданный. Будущие клиенты уже несколько месяцев пишут, как сильно они ждут открытия. Ваша задача проинформировать аудиторию о том, что открытие откладывается, но при этом постараться сгладить негатив, не потерять лояльную аудиторию. Основная коммуникация ведется на сайте компании, в телеграм-канале и паблике «ВКонтакте». Подготовьте концепцию соответствующего поста.

Составьте концепцию поста. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель поста.
2. Формат(ы) контента.
3. Требования к визуальному оформлению (не менее 3-х): содержание изображения или видео, композиционное решение, цветовая гамма, технические параметры и т.д.
4. Требования к тексту (не менее 3-х) : структура и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), стиль контента/тональность и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: информировать аудиторию, успокоить, показать перспективы. Пост как элемент антикризисных коммуникаций.
2. Формат: несколько изображений и текст.
3. В визуале можно использовать 2-3 мема с капибарами и одно главное изображение, которое будет служить анонсом. На этом изображении капибара, которая лежит в гамаке, пьет коктейль. Графический элемент — комикс-облачко с текстом: «Подождите чуть-чуть. Скоро откроемся!». В нижней части указаны логотип кафе и адрес. Посыл милый, добрый. Цвета неяркие, неагрессивные, пастельная гамма. Минимальный размер — 510x510 пикселей.
4. Текст максимально лаконичный, 150-200 слов. Каждая фраза должна быть выверена. Тон спокойный, мягкий, понимающий. Должно быть дано искреннее объяснение причины переноса, а также анонс нового срока открытия. В тексте использовать эмодзи для уменьшения негатива.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Вы увлекаетесь изучением китайского языка и накопили много интересных материалов. Есть идея создать свой телеграм-канал. Целевую аудиторию вы определили так: старшеклассники, которые учат китайский язык не в школе, интересуются китайской культурой. Вы планируете размещать различную информацию о возможностях изучения китайского языка в России, о сотрудничестве наших стран, интересные лингвистические задания, квизы. Но на ваш взгляд, пока концепция канала еще нуждается в дополнениях. Вы решаете провести исследование, чтобы больше узнать о вашей целевой аудитории, ее интересах, увлечениях, потребностях, основательно разобраться в этих вопросах. И составляете портрет типичного представителя аудитории.

 Арина 17 лет Владивосток ученица 10-го класса	Интересы/увлечения/хобби	Иностранные языки (английский и французский в школе, китайский учит на языковых курсах и самостоятельно). Планирует в этом году поехать в туристическую поездку в Китай. Рассматривает варианты обучения в университетах Китая.
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Ценности	Хорошее образование, саморазвитие, семья.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Сложно дается изучение негуманитарных предметов (особенно физики). Боится неизвестности; нервничает из-за того, что не понимает, кем бы хотела стать в будущем. Мало общается со сверстниками. Не знает, где найти проверенные ресурсы для изучения китайского. Беспокоится, что мало практики.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Читает телеграм-каналы лингвистов. Подписана на паблики о Китае и китайской культуре. Слушает подкаст об учебе в Китае. Использует специальные приложения для изучения иностранного языка. Общается в основном с ближним кругом, использует мессенджеры.

2. Хочет своевременно получать информацию о программах стажировок в Китае. Хочет найти интересные ресурсы, которые помогут в изучении языка. Ей важно найти единомышленников.

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Респондент – это ...

- А. человек, участвующий в опросе или исследовании, который отвечает на вопросы анкеты или интервью
- Б. «потребитель информации», тот, кому предназначено обращение (послание, текст)
- В. специально выделенный сотрудник в редакции СМИ для проверки сведений, используемых в публикуемых материалах
- Г. лицо, работающее без договора; внештатный сотрудник

Ответ: А

Задание 7.

Сопоставьте «живые» источники информации с их характеристиками.

Характеристики	«Живые» источники информации
А. специалисты в той или иной отрасли знаний Б. чаще всего ими становятся публичные люди: политики, артисты, спортсмены, бизнесмены, певцы и т.д В. персоны, которые своими поступками или заявлениями привлекают внимание СМИ и аудитории Г. обращение к ним позволяет журналисту более глубоко и многогранно осветить тему и лучше в ней разобраться Д. их информации и компетентности, хватает, чтобы выступать в качестве источника информации, на базе которой можно написать новость	1) Ньюсмейкеры 2) Эксперты

Ответ: А2, Б1, В1, Г2, Д1

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«Замысел балета по чеховской "Анне на шее" возник еще в конце семидесятых и был воплощен Владимиром Васильевым и Александром Белинским на телевидении. В 1986 году спектакль был перенесен на сцену Большого театра (от режиссерских изменений и добавлений он только выиграл).

Музыка, написанная Гаврилиным, оказалась удивительно чеховской, как, впрочем, и весь спектакль в целом: лиризм и романтика (встречи Анюты со студентом, которого, кстати сказать, нет в рассказе, но который удивительно гармонично вписывается в действо, не разрушая чеховского духа) соседствуют с гротеском и яркой комедийностью (сцены с чиновниками в министерстве, так называемый "гимн бюрократии").

Декорации Беллы Маневич (провинциальный городок, церквушка на площади, в глубине - скамейка с неизменным дворником на ней; или простая, но со вкусом обставленная комната в доме отца Анюты, в центре - фортепьяно, на стене - портрет рано умершей матери) дают возможность полнее ощутить поэзию ушедшего и драматизм происходящего.

Пожалуй, самое яркое впечатление остается от сцены бала (начало второго акта). Впервые в жизни Анюта ощущает себя богатой и свободной, может позволить себе быть гордой и независимой. Незабываемы вальсы с Артыновым и его сиятельством, цыганский танец и зажигательная тарантелла - триумф Анюты и вершина спектакля.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Комик» – уникального журнала как для ценителей юмора, так и для профессиональных комиков. Каждый выпуск наполнен юмористическими заметками, интервью с известными комиками, лонгридами по истории комедийного искусства, анонсами ближайших стендап концертов и т.д.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля юмора и комедии «Смех продлевает жизнь». На фестивале организованы: выступления знаменитых отечественных комиков, стенд-ап выступления, конкурс «открытый микрофон», мастер-классы по сценической речи и ораторскому искусству, лекции по истории юмора, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у организаторов, приглашённых звёзд комедии и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классе, посетить выступления знаменитых комиков, попробовать свои силы в «открытом микрофоне», посетить лекцию и поделиться интересной информацией с читателями и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Комик – уникального журнала как для ценителей юмора, так и для профессиональных комиков. Каждый выпуск наполнен юмористическими заметками, интервью с известными комиками, лонгридами по истории комедийного искусства, анонсами ближайших стендап концертов и т.д.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля юмора и комедии «Смех продлевает жизнь». На фестивале организованы: выступления знаменитых отечественных комиков, стенд-ап выступления, конкурс «открытый микрофон», мастер-классы по сценической речи и ораторскому искусству, лекции по истории юмора, фудкорт, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Комик» - мужчина или женщина, интересующийся жанром комедии или профессионально занимающийся стендапом. Привлекает таких пользователей: новая полезная информация о комедии, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти интересные мероприятия и организовать свой досуг и обмениваться опытом или обращаться за критикой к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира комедии и другого контента (фото, видео, лонгриды, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 43

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

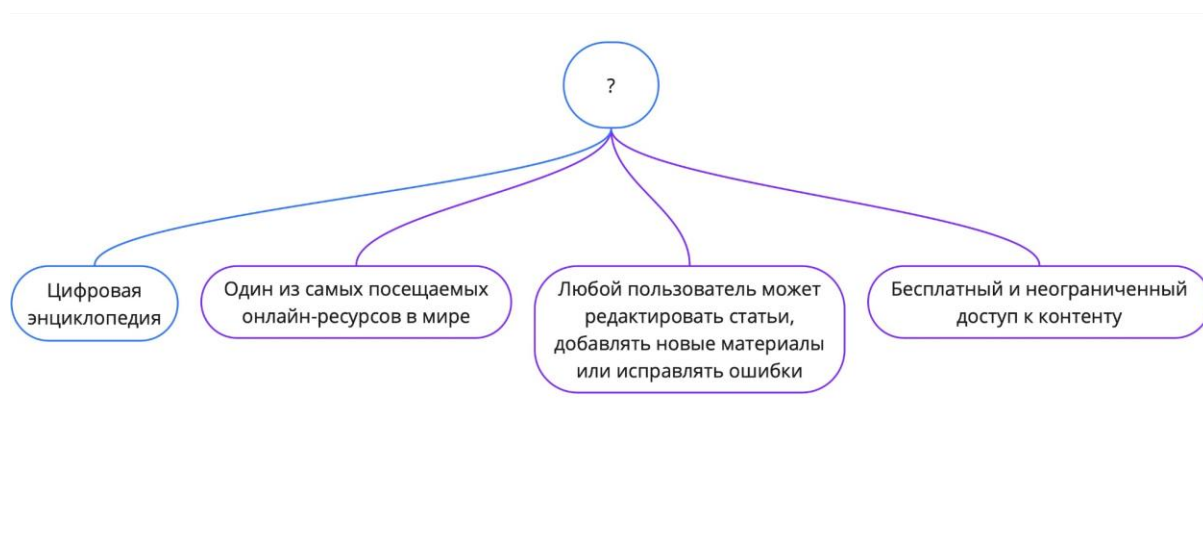
Первая «_____» была создана в 1991 году. Ее разработали члены компьютерной лаборатории Кембриджского университета, чтобы следить за очередью к кофеварке.

1. Веб-камера
2. Микст-камера
3. Камера Sony
4. Видеокарта
5. Камера GoPro

Ответ: 1

Задание 2.

Какой интернет-ресурс зашифрован на схеме?



1. Ответы Mail
2. Живой Журнал
3. Пикабу
4. Дзен
5. Википедия

Ответ: 5

Задание 3.

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

С начала развития нашего кинематографа студии снимали кинофильмы и многосерийные кинофильмы. В России термин 1)_____ стал популярен в эпоху перестройки (конец 80-х-начало 90-х), когда начали активно развиваться телевизионные форматы. Раньше обучение 2)_____ игрового кино фокусировалось на написании сценариев 3)_____ и полнометражных фильмов, которые имеют простую структуру. Сериалы же имеют много видов и форматов, отличаются разнообразием построения 4)_____, могут быть 5)_____, вертикальными, смешанными. У зрителя сериалов в руке может быть пульт 6)_____ управления, соответственно, он может переключиться на другой канал. Сценаристу

требуется больше усилий, чтобы удержать зрителя, увлечь его. Сценарист сериалов должен уметь работать в условиях жестких 7)_____, связанных с хронометражем, локациями, количеством персонажей и т.д.

Возможный ответ:

- 1) Сериал
- 2) Сценаристов
- 3) Короткометражных
- 4) Сюжета
- 5) Горизонтальными
- 6) Дистанционного
- 7) Ограничений

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

В университете вашего города открылась «Школа юного биолога», которая предлагает увлекательные кружки по биологии, зоологии, экологии и многим другим направлениям. Занятия в школе являются бесплатными и проходят как в будние, так и в выходные дни. Первые участники оставили положительные отзывы, отметив интересный и полезный формат занятий.

Однако стоит отметить, что на данный момент в школе набрано менее половины необходимых групп. Руководитель проекта выражает обеспокоенность. «Школе юного биолога» необходима информационная поддержка, и вас пригласили помочь в этом проекте. Вы планируете провести email-рассылку по городским школам с анонсами бесплатных кружков. В рассылке вы хотите представить всю важную информацию и прикрепить яркое изображение, чтобы привлечь внимание к этому замечательному проекту.

Составьте концепцию анонса кружков. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель email-рассылки.
2. Формат(ы) контента.
3. Требования к визуальному оформлению (не менее 3-х): содержание изображения или видео, композиционное решение, цветовая гамма, технические параметры и т.д.
4. Требования к тексту (не менее 3-х): структура и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), стиль контента/тональность и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: информировать школьников, заинтересованных в изучении биологии, зоологии, экологии о новой возможности, мотивировать их посещать занятия.

2. Формат: письмо с фотографией и текстом.

3. Изображение должно демонстрировать детей на занятиях в «Школе юного биолога» за практической работой в классе, на природе или на экскурсиях. Изображение должно быть динамичным и привлекательным, с фокусом на улыбках и вовлеченности детей в процесс. Дети должны быть изображены в действии, чтобы передать энергетику и интерес к занятиям. Преимущественно яркие и насыщенные цвета, которые ассоциируются с природой (зеленый, голубой, желтый). Рекомендуемые размеры изображения: не менее 1200x800 пикселей.

4. Структура текста:

- Введение: краткое описание «Школы юного биолога»;

- Основные преимущества: бесплатные занятия, разнообразие кружков (биология, зоология, экология), гибкий график (будние и выходные дни);
- Информация о записи: контактные данные.

В конце письма указать ссылки на официальную страницу «Школы юного биолога» и социальные сети. Объем текста: до 300 слов. Стил: информативный, но дружелюбный и вдохновляющий, чтобы мотивировать родителей и детей записаться на занятия.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Команда молодых художников планирует запустить онлайн-галерею, посвященную современному искусству. Идея заключается в том, чтобы создать платформу, где молодые художники смогут представлять свои работы, а зрители — знакомиться с их творчеством и покупать арт-объекты. Авторы проекта намерены публиковать статьи о новых направлениях в искусстве, интервью с художниками, а также организовывать виртуальные выставки и мастер-классы.

Команда считает, что их проект будет особенно интересен молодым людям в возрасте от 18 до 30 лет, которые увлечены искусством, дизайном и культурными инициативами. Для более детального понимания целевой аудитории и ее потребностей команда проекта составляет портрет типичного представителя целевой аудитории.

	Интересы/увлечения/хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Активный пользователь социальных сетей. Читает арт-блоги и смотрит видео о современном искусстве на видеосервисах. Подписана на электронные рассылки галерей и культурных организаций. Смотрит Pinterest для вдохновения.
	Ценности	Самовыражение, карьера, общение с единомышленниками.
	Потребности	Хочет покупать недорогие арт-объекты. Хочет быть частью сообщества людей, которые увлекаются искусством, но недостаточно компетентна в этом. Хочет знать современных художников и их творчество.
	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

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 изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Интересуется современным искусством, посещает выставки. Увлекается фотографией. Принимает участие в тематических мастер-классах, проходит онлайн-курсы по искусству, истории и культуре.

2. Испытывает трудности в поиске актуальной информации о современном искусстве. Не знает, где искать поддержку для молодых художников. Сталкивается с высоким порогом входа в арт-сообщество.

3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Атрибуция – это ...

- А. устная и печатная деятельность, имеющая целью политическое воздействие на широкие народные массы
- Б. проверка информационных источников на достоверность, правдивость информации
- В. установление автора анонимного или подписанного псевдонимом произведения, времени или места его создания на основе анализа сюжетных, стилистических, технических и иных особенностей исследуемого памятника
- Г. приведение текста к заданному стандарту

Ответ: В

Задание 7.

Сопоставьте «живые» источники информации с их характеристиками.

Характеристики	«Живые» источники информации
А) специалисты в той или иной отрасли знаний Б) важны в тех случаях, когда необходимо получить профессиональную оценку или компетентный прогноз развития события, явления или тенденции, которым посвящен материал В) обращение к ним позволяет журналисту более глубоко и многогранно осветить тему и лучше в ней разобраться Г) люди, ставшие непосредственными свидетелями интересного события	1) Участники и очевидцы 2) Эксперты

Д) их комментарии помогают журналисту сделать материал более ярким, живым и эмоциональным	
---	--

Ответ: А2, Б2, В2, Г1, Д1

Задание 8.

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

«Выдающийся фигурист Николай Александрович Панин-Коломенкин – первый олимпийский чемпион в истории России. С детства Николай Александрович полюбил коньки: он катался на самодельных приспособлениях, выточенных из дерева и снабжённых железными полозьями. Настоящие коньки появились у него позже.

Уже будучи студентом Петербургского университета, Н.А. Панин-Коломенкин сначала катался на замёрзших прудах города, а затем перебрался на каток Юсуповского сада, где тренировались лучшие спортсмены-фигуристы. В 1901 году Николай Александрович решил участвовать во Всероссийском первенстве, с успехом выполнил все задания и получил титул лучшего фигуриста России.

Следующим важным соревнованием в биографии Николая Александровича стал чемпионат мира в 1903 году, где молодой спортсмен занял второе место. На Олимпиаде 1908 года он выиграл первое для нашей страны «золото» Олимпиады. Несмотря на то что недоброжелатели называли программу спортсмена невыполнимой, он выступил безупречно. В Олимпийских играх 1912 года спортсмен участвовал не только в фигурном катании, но и в стрельбе из пистолета.

После окончания спортивной карьеры Н.А. Панин-Коломенкин прославился как прекрасный тренер и педагог, воспитавший немало известных спортсменов. Тренерскую работу он ставил выше всех собственных достижений. Николай Александрович Панин-Коломенкин стал одним из основателей Ленинградской школы фигурного катания, первым в мире ввёл спортивные разряды, а разработанная им модель конька продолжает жить и по сей день.»

Ответ: Биографическая справка. Текст представляет собой рассказ о деятельности человека, его жизненном пути и значимых увлечениях.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Всё о цирке» - уникальном издании как для ценителей циркового искусства, так и для профессионалов в данном жанре. В каждом выпуске можно найти: обзоры прошедших цирковых представлений, интервью с легендами цирка, биографии знаменитых артистов, рубрику «Секреты цирка» и т.д.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие циркового фестиваля «Праздник каждый день». На фестивале организованы: выступления профессиональных артистов цирка, мастер-классы по цирковому искусству, лекции по истории цирка, анимация для детей, выставка цирковых костюмов, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у организаторов, приглашённых артистов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классе и освоить цирковой жанр, посетить цирковые представления, примерить знаменитые костюмы, лекцию и поделиться интересной информацией с читателями, посетить фотовыставку и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Всё о цирке» - уникальном издании как для ценителей циркового искусства, так и для профессионалов в данном жанре. В каждом выпуске можно найти: обзоры прошедших цирковых представлений, интервью с легендами цирка, биографии знаменитых артистов, рубрику «Секреты цирка» и т.д.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие циркового фестиваля «Праздник каждый день». На фестивале организованы: выступления профессиональных артистов цирка, мастер-классы по цирковому искусству, лекции по истории цирка, анимация для детей, выставка цирковых костюмов, фудкорт, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Всё о цирке» - мужчина или женщина, интересующийся цирковым жанром или профессионально работающий в данной сфере. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о цирке, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти интересные мероприятия и обмениваться опытом и впечатлениями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира циркового искусства и другого контента (фото, видео, лонгриды, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 44

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

Временем зарождения фотожурналистики можно считать период «_____», когда британскими журналистами были сделаны первые репортажные фото с поля боя. Для публикаций в газетах с фотографий делалась гравюра, которая и печаталась на бумаге.

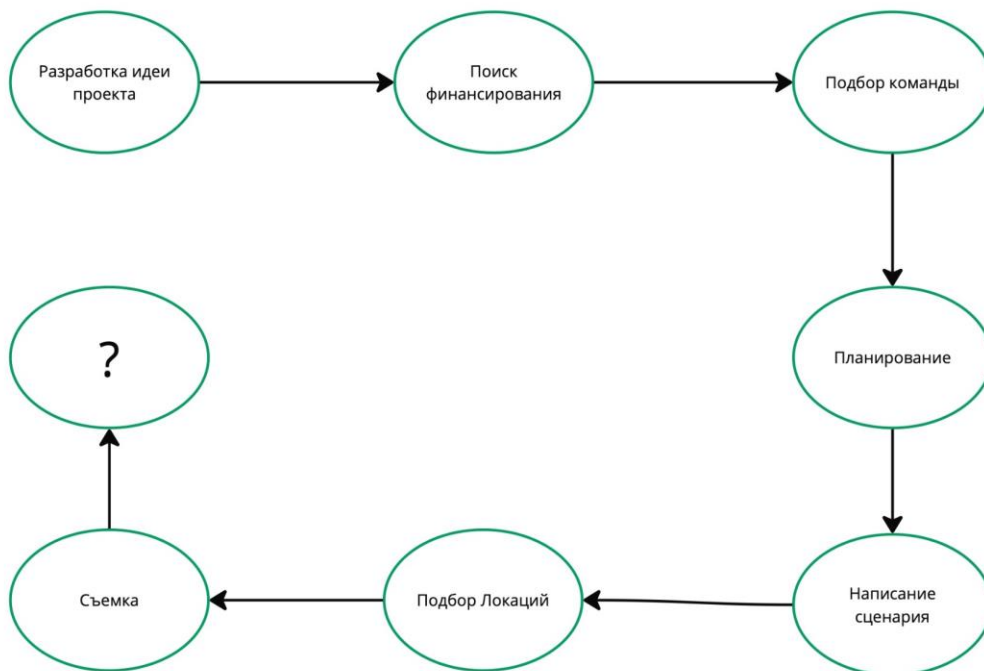
Через 25 лет появилась возможность печати репродукций фотографий в газетах, а через 30 лет фотографии воспроизводились уже на печатном оборудовании.

1. Войны Османской империи с Россией
2. Крымской войны
3. Революции 1917 года
4. Второй мировой войны
5. Холодной войны

Ответ: 2

Задание 2.

Перед вами схема производства видеопродукции. Какой этап на схеме пропущен?



1. Кастинг актеров
2. Создание раскадровки
3. Создание режиссерского сценария
4. Получение разрешения на съемку
5. Монтаж

Ответ: 5

Задание 3.

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

Для разработки успешного медиапродукта важно выполнить несколько основных шагов.

Первый шаг — определение 1) _____: определение потенциальных клиентов по возрасту, полу, доходу и другим параметрам. К примеру, можно определять группы клиентов по 2) _____ принципу. Например, «Фонтанку» будут читать, скорее всего, жители Санкт-Петербурга. Затем происходит 3) _____ — разделение аудитории на группы по интересам и потребностям. После того, как получено представление об аудитории, важно не просто подготовить подходящий контент, но и удержать внимание читателя, слушателя или зрителя. Другими словами, необходимо повышать 4) _____ аудитории. В этом поможет в том числе анализ 5) _____: изучение других продуктов на 6) _____ и стратегий, которыми пользуются другие медиа для привлечения аудитории.

На основе собранных данных проводится разработка 7) _____ стратегии: выбор каналов и контента для общения с аудиторией. Обязательный этап — тестирование и оценка эффективности: регулярная проверка эффективности маркетинговых инструментов и внесение корректировок.

Возможный ответ:

- 1) Целевой аудитории
- 2) Географическому
- 3) Сегментация/ сегментирование / деление на сегменты
- 4) Лояльность/вовлеченность
- 5) Конкурентов
- 6) Рынке
- 7) Коммуникативной/коммуникационной/маркетинговой

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в PR-агентстве. Ваш клиент — начинающая художница Анастасия Ломова. Она создала серию картин под названием «Метаморфозы природы», где она изображает красочные пейзажи российской глубинки. Художница обратилась в ваше агентство для продвижения своих работ. Ваша задача — вывести продукцию на рынок. Картины можно приобрести через сайт художницы.

Рекламная стратегия, которую разработала ваша команда, включает в себя сотрудничество с популярными интернет-платформами. На данном этапе вам необходимо разместить рекламу на сайтах и в приложениях, посвященных искусству и дизайну. Специалисты вашего агентства выбрали несколько известных ресурсов, в том числе информационный ресурс Arzamas. Эта платформа имеет большое количество пользователей, интересующихся искусством. Вы считаете, что пользователи платформы будут заинтересованы в новых работах вашей клиентки, и поэтому заказываете у них рекламную интеграцию.

Составьте концепцию рекламной интеграции. 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: привлечь внимание аудитории платформы к работам Анастасии Ломовой, увеличить узнаваемость художницы.
2. Формат: заметка в журнале Арзамас (нативная реклама). Видеоинтервью.
3. Видео снято в студии художницы двумя планами: средним и крупным. Художница сидит в привычной для нее обстановке. На заднем фоне видны холсты и мольберты. Доминируют мягкие и теплые тона для создания атмосферы спокойствия и гармонии. Разрешение видео: минимум 1080p.
4. Длительность интервью от 30 до 60 минут. Содержание интервью: детство художницы, начало творческого пути, неудачи, сложности продвижения молодого художника, первые шаги успеха, подводные камни индустрии. Прикрепить в видео кликабельную ссылку на сайт художницы.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Команда аспирантов лингвистического факультета решает запустить видеоблог для студентов технических направлений, изучающих английский язык. Блог нацелен на помощь студентам в улучшении их знаний языка. Авторы планируют приглашать преподавателей, чтобы обсуждать с ними темы, которые являются важными для изучения английского языка, а именно: грамматику, чтение, письмо и устное общение.

Также в рамках видеороликов авторы рассчитывают давать зрителям советы по улучшению навыков общения на английском языке. Длительность одного ролика составляет 15-20 минут.

Целевую аудиторию блога авторы для себя определяют как студентов инженерных вузов, которые изучают английский язык и активно работают над улучшением своих знаний, используя различные онлайн-ресурсы. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Сматривает обучающие видео по программированию. Подписан на тематические каналы и группы в социальных сетях. Читает статьи на vc.ru. Использует мобильные приложения для изучения языков.
Ценности	Саморазвитие, образование, друзья.
Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Что беспокоит	Недостаток времени для изучения английского языка из-за учебы. Боится начинать разговор на английском из-за страха сделать ошибки в речи. Беспокоят сложности с пониманием технической лексики на английском языке. Ощущает нехватку практики и реальных возможностей для общения на языке.
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы изучили бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Алексей активно занимается изучением английского языка. Любит путешествовать. Периодически участвует в конференциях, хакатонах и конкурсах по программированию.
2. Алексей нуждается в ресурсе с доступными объяснениями грамматики и фонетики английского. Ему также важны практические советы по изучению языка, которые он может применить во время путешествий. Алексей хочет также иметь возможность задавать вопросы преподавателям и получать обратную связь.
3. Глубинное интервью. Качественный метод исследования, который представляет собой личную беседу (интервью) с респондентом. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления представителя целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, в каком контексте, при каких обстоятельствах и т.д. потребляется контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент, что для них является определяющим при выборе контента и т.д.

Задание 6.

Блог – это ...

- А. жанр журналистики, представляющий собой авторское высказывание на злободневную тему, с определенной регулярностью публикуемое в одном издании и, как правило, размещаемое на постоянном месте в газетной (журнальной) полосе или на сайте
- Б. особый вид страниц в сети, содержимое которого составляет информация (текстовые посты, изображения, мультимедиа), упорядоченная в хронологическом порядке и регулярно обновляющаяся
- В. сжатый рассказ о событии, в котором факты расположены по убыванию важности, с нарушением хронологии
- Г. сборник, содержащий литературно художественные и (или) научно-популярные произведения, объединенные по определенному признаку

Ответ: Б

Задание 7.

Укажите критерии, на основе которых разделяют жанры журналистских текстов:

- А. предмет освещения
- Б. цель публикации
- В. особенности целевой аудитории
- Г. особенности сбора информации
- Д. особенности подачи информации

Ответ: А, Б, Г, Д

Задание 8.

Определите тип журналистского текста, относящегося к аналитическому жанру, по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение.

«В Большом театре католическое Рождество ознаменовалось премьерой "Жизели"; Рождество православное - показом трех одноактных балетов. Хореографическая миниатюра "Видение розы", созданная Фокиным в начале века для гениального танцовщика Вацлава Нижинского и балерины Тамары Карсавиной; обаятельнейшее творение "Моцартиана" - последняя работа знаменитого хореографа Баланчина - на музыку одноименной сюиты Чайковского, оркестровавшего фортепианные пьесы Моцарта; и новая премьера молодого балетмейстера Ратманского "Сны о Японии", поставленная (как и прошлогодние воздушные "Прелести маньеризма") для Нины Ананиашвили.

Впечатление от трех постановок, между собой имеющих мало общего, выстраивается по нарастающей. Скованность и вялость А.Михальченко (Девушка) и "сумятица длинных ног" Н.Цискаридзе (Видение розы) сменяются строгим очарованием "Моцартианы" (балета для примы, двух танцовщиков, четырех корифеек и четырех девочек-учениц), состоящей из контрастных частей: смиренная "Молитва" с печальной темой смерти и жизнеутверждающие дуэты художника и его музы (С.Филин и Н.Ананиашвили). Для перенесения "Моцартианы" на сцену Большого театра в Москву была приглашена американская балерина Сьюзен Фаррелл, для которой некогда и создавался шедевр Баланчина.

Самым ярким показался третий балет - ритмично-четкие "Сны о Японии". Смокинги оркестрантов уступили место непритязательной "прозодежде" инструментального ансамбля, состоящего из пяти ударников, скрипача и флейтиста. Японская музыка

завучала в стенах Большого пронзительным диссонансом. Костюмы отличались пестротой и разношерстностью. На заднике был выписан только один иероглиф, означающий слово "сны". Нина Ананиашвили с ее грузинским личиком, загримированным под японку, восхищала грациозной капризностью виртуозной пластики.»

Ответ: Рецензия. Текст представляет собой разбор, описание и критический анализ художественного произведения, выявляющий его сильные и слабые стороны, сравнивающий рецензируемое произведение с другими творениями автора или образцами жанра.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Жизнь через призму объектива» - уникального издания как для фотографов-любителей, так и для профессионалов в данной сфере. Каждый выпуск содержит: новости профессиональной фотографии, современную творческую фотографию, афишу фотовыставок городов России, историю русской фотографии, работы классиков и современных фотохудожников.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля фотоискусства «Искусство фотографии». На фестивале организованы: лекции от профессионалов сферы фотографии, воркшопы, мастер-классы по колористике, обработке, композиции и т.д., конкурс юных фотографов, фотовыставка, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами:

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

Взять интервью у организаторов, приглашённых экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Принять участие в мастер-классе и поделиться лайфхаками с читателями, посетить лекции и конкурс юных фотографов, познакомить читателей с победителями и их работами, посетить фотовыставку и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Жизнь через призму объектива» - уникального издания как для фотографов-любителей, так и для профессионалов в данной сфере. Каждый выпуск содержит: новости профессиональной фотографии, современную творческую фотографию, афишу фотовыставок городов России, историю русской фотографии, работы классиков и современных фотохудожников.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля фотоискусства «Искусство фотографии». На фестивале организованы: лекции от профессионалов сферы фотографии, воркшопы, мастер-классы по колористике, обработке, композиции и т.д., конкурс юных фотографов, фотовыставка, фудкорт, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Жизнь через призму объектива» - мужчина или женщина, интересующийся фотоискусством или профессионально работающий в данной сфере. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о фотоискусстве, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников и делиться своим творчеством или обращаться за критикой и помощью к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира фотографии и другого контента (фото, видео, лонгриды, мемы и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 45

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

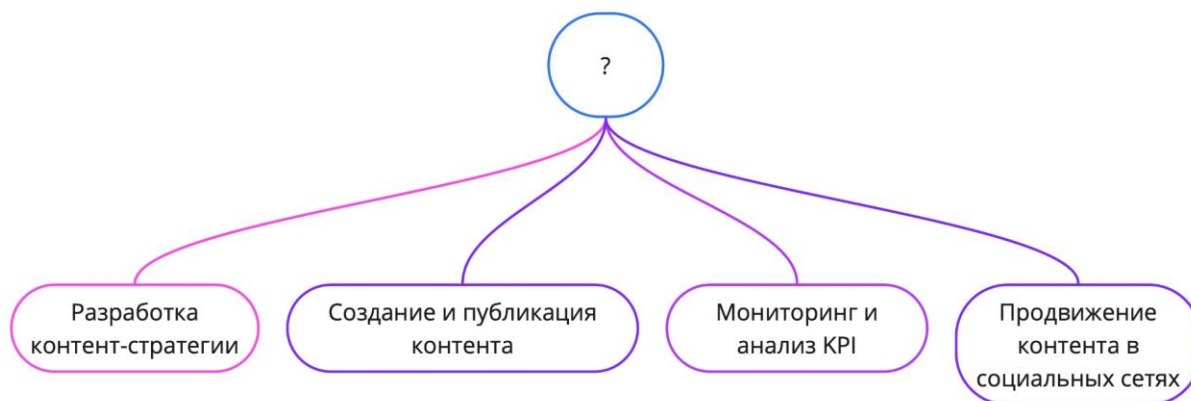
В 1895 году в Париже состоялся первый публичный и коммерческий «_____». Его организовали братья Люмьер.

1. Фестиваль музыки
2. Киносеанс
3. Фотопоказ
4. Телемост
5. Прямой эфир

Ответ: 2

Задание 2.

Перед вами схема, на которой отражены профессиональные обязанности одной медиаспециальности. Определите, какая медиаспециальность отражена на схеме?



1. SMM-менеджер
2. Проджект-лид
3. Специалист по компьютерной графике
4. PR-директор
5. Директор по маркетингу

Ответ: 1

Задание 3.

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

Анализ паблика в социальной сети «ВКонтакте».

Название: theGirl.

1) _____: 271 025 человек.

2) _____: 5-7 постов в день.

Просмотры: в среднем 7000 просмотров на пост.

3) _____: мода, красота, психология, новости звезд.

4) _____: девушки в возрасте от 18 до 34 лет.

Контент: посты с фотографиями, статьи и видео.

5) _____: #втренде, #тесты, #бьюти, #фэшн, #психология и т.д.

6) _____: дружелюбный, поддерживающий и разговорный стиль, в тексте используется обращение к аудитории на «ты».

7) _____: паблики со схожей тематикой и аудиторией — Ultra Magazine, you glow girl!, LOOK GIRL.

Возможный ответ:

- 1) Подписчики
- 2) Периодичность публикации
- 3) Тематика
- 4) Целевая аудитория/аудитория
- 5) Рубрики
- 6) Тон общения/tone of voice
- 7) Конкуренты

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в PR-агентстве. Ваш клиент — предприниматель Александр Сергеев — запустил стартап «Зеленый город», предлагающий экологически чистые продукты питания. Он обратился в ваше агентство для продвижения своего проекта. Ваша задача — вывести стартап на рынок. Продукты можно приобрести через интернет-магазин.

Рекламная стратегия, которую разработала ваша команда, включает в себя сотрудничество с экоблогерами. На данном этапе вам необходимо разместить рекламу у блогера Николая, который ведет свой канал об экологии на платформе VK Видео. Его основной контент состоит из видеороликов о том, как вести экологичный образ жизни — от выбора продуктов до утилизации отходов. У него 14 тысяч подписчиков. Вы полагаете, что аудитория блога Николая заинтересуется новым проектом, и поэтому заказываете у него рекламу.

Составьте концепцию рекламы 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: увеличение узнаваемости стартапа «Зеленый город» и его продуктов, а также увеличение продаж товаров в интернет-магазине.
2. Формат: вертикальный видеоролик, где блогер тестирует продукцию.
3. В видео блогер делится впечатлениями от использования продуктов стартапа, рассказывает об их преимуществах и демонстрирует применение в повседневной жизни. В кадре — распаковка и приготовление блюд с использованием продукции стартапа. Акцент

на деталях: крупные планы упаковки, текстуры продуктов, процессы готовки. Размер — 1080×1920 пикселей.

4. Речь блогера в кадре должна быть максимально естественной, ненавязчивой. Нужно упомянуть миссию стартапа — улучшение экологической обстановки через осознанный выбор. Длительность видео — 60 секунд. В описании к видео должны быть указаны промокод с выгодным предложением (например, скидка 10% для подписчиков Николая) и ссылка на интернет-магазин.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Команда начинающих программистов планирует создать мобильное приложение. Оно поможет людям управлять своими финансами. Приложение будет работать следующим образом: сначала оно уточнит у пользователя его цели и текущие расходы, затем предложит способы оптимизации бюджета. Программа также будет следить за прогрессом пользователя и отправлять ему ежемесячные отчеты. Подписка на приложение будет стоить 199 рублей в месяц.

Разработчики приложения полагают, что их продукт будет популярен среди жителей крупных городов и городов-миллионников по всей России. Целевая аудитория — мужчины и женщины в возрасте от 25 до 40 лет, которые стремятся к финансовой независимости и умелому управлению своими деньгами. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Эльмира 32 года Омск замужем, есть ребенок владелица бизнеса	Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Активно использует социальные сети. Читает блоги и статьи на тему личных финансов и инвестиций. Слушает подкасты о саморазвитии и управлении денежными потоками.
	Ценности	Семья, финансовая стабильность, красота, здоровье.
	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
	Что беспокоит	Страх перед непредвиденными финансовыми трудностями. Сложно планировать крупные покупки или инвестиций. Недостаток времени для изучения финансовых инструментов и ресурсов.
	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите один метод исследования, с помощью которого вы бы протестировали интерфейс и функции приложения. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Посещает тренинги по личной эффективности. Интересуется современными технологиями. Ведет здоровый образ жизни, занимается в фитнес-клубе. Любит путешествовать.
2. Эльмира хочет понять, как правильно распределять бюджет, чтобы достичь целей (например, покупка квартиры, накопление на отпуск или образование ребенка). Хочет получать удобные и наглядные отчеты по финансам. Хочет найти способ тратить меньше времени на финансовое планирование и получить рекомендации, которые действительно помогают структурировать учет расходов и доходов.
3. Фокус-группа. Это метод исследования, при котором собирается небольшая группа потенциальных пользователей (6–10 человек), которые обсуждают продукт или его концепцию под руководством модератора. Участникам предлагается протестировать приложение и обсудить его ключевые функции, интерфейс и привлекательность. Фокус-группа позволит глубже понять, что именно нравится или не нравится целевой аудитории в интерфейсе и функциях приложения. Участники в режиме реального времени смогут поделиться своими ощущениями, что позволит выявить слабые места и доработать приложение.

Задание 6.

Издательство – это ...

- А. предприятие, которое занимается изготовлением и печатью полиграфической продукции
- Б. предприятие, осуществляющее подготовку и выпуск печатной продукции
- В. структура, создаваемая в организациях и учреждениях, для информирования СМИ и журналистов по поводу собственной деятельности в различных формах
- Г. коллективный орган руководства средством массовой информации

Ответ: Б

Задание 7.

Укажите, что журналист может вычеркнуть из текстовой расшифровки интервью в процессе её редактирования:

- А. банальности
- Б. неоднозначные выводы
- В. повторы
- Г. слова-паразиты, оговорки, обрывы фраз
- Д. интересные истории

Ответ: А, В, Г

Задание 8.

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

«Высокое качество обучения — наш приоритет»

Министр образования и науки России Дмитрий Ливанов рассказал о реформе РАН и продолжении конкурса «мегагрантов», заверил, что доступность качественного высшего образования понижаться не будет, и выразил поддержку участию российских ученых в крупных международных проектах наподобие Европейской южной обсерватории.

— *Чего ожидать от высшего образования в России? Каким вы видите его будущее?*

— Нужно ожидать, что наше высшее образование станет более конкурентоспособным в смысле соответствия лучшим, в том числе международным, стандартам обучения и проведения исследований. Кроме того, оно станет более практичным в смысле ориентации на запросы рынка труда и ожидания общества, в том числе самих студентов и их родителей. Будут осуществлены определенные структурные изменения в системе высшего образования.

— *Что ждет РАН? Есть ли у министерства конкретные идеи по ее реформе?*

— У нас нет конкретных планов по реформе Российской академии наук и других государственных академий наук по одной простой причине: эта задача, задача изменений (а изменения действительно назрели), должна решаться самими научными сотрудниками, теми людьми, которые работают в Российской академии наук и в других государственных академиях. Поэтому мы ставим перед собой задачу, во-первых, определить тех ученых, которые в Российской академии наук работают на высоком уровне и в целом в российской науке работают на высоком уровне, и оказать специальную адресную поддержку этим ученым.

Ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Наука» - уникальном научно-популярном издании о том, что происходит в науке, технике и технологиях прямо сейчас. Каждый выпуск наполнен новостями мира науки, лонгридами, интервью со знаменитыми учёными, образовательными статьями и т.д.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля науки и техники «Вперёд к открытиям». На фестивале организованы: лекции от именитых отечественных учёных, конкурс студенческих научных работ, конкурс технологических стартапов, выставка достижений отечественной науки, экспериментариум для юных посетителей, выставка научной фотографии, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у организаторов, приглашённых учёных и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Посетить лекции и конкурс студенческих работ, протестировать отечественные технологические новинки, пообщаться с победителями конкурса стартапов и познакомиться с ними читателей, посетить фотовыставку и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Наука» - уникальном научно-популярном издании о том, что происходит в науке, технике и технологиях прямо сейчас. Каждый выпуск наполнен новостями мира науки, лонгридами, интервью со знаменитыми учёными, образовательными статьями и т.д.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля науки и техники «Вперёд к открытиям». На фестивале организованы: лекции от именитых отечественных учёных, конкурс студенческих научных работ, конкурс технологических стартапов, выставка достижений отечественной науки, экспериментариум для юных посетителей, выставка научной фотографии, фудкорт, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Наука» - мужчина или женщина, интересующийся различными сферами науки или профессионально занимающийся ей. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация из мира науки, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всей страны и делиться своими открытиями и наработками с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира науки и другого контента (фото, видео, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 46

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

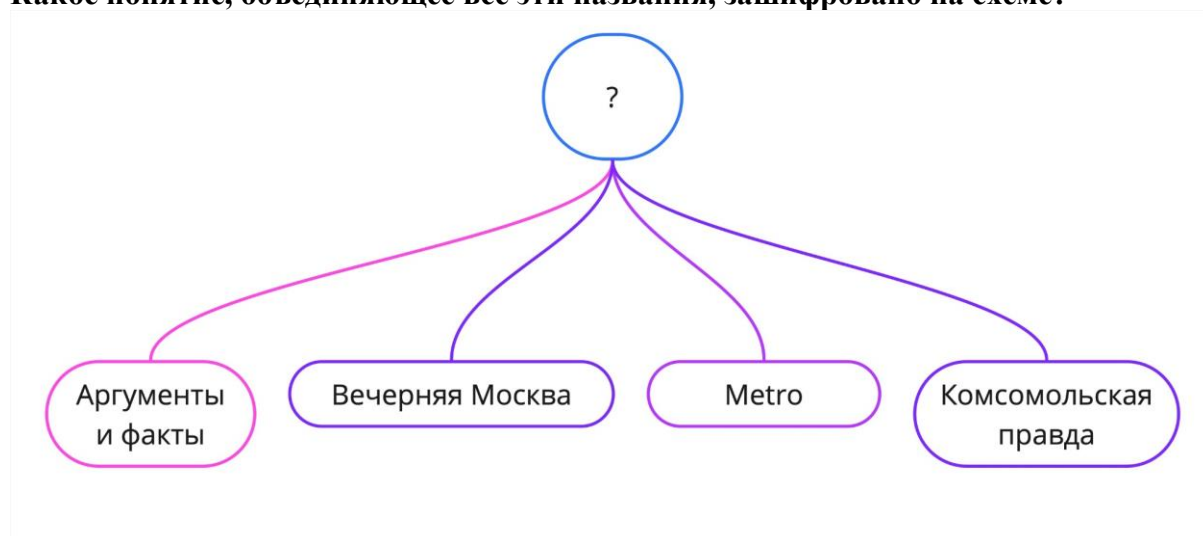
Одним из отцов-основателей звукозаписи можно назвать американского изобретателя «_____», который известен миру в первую очередь изобретением электрической лампочки, а в медиаиндустрии — изобретением фонографа.

1. Уильяма Диксона
2. Ивана Федорова
3. Жозефа Ньепса
4. Билла Гейтса
5. Томаса Эдисона

Ответ: 5

Задание 2.

Какое понятие, объединяющее все эти названия, зашифровано на схеме?



1. Газеты
2. Новостные порталы
3. Книжные издания
4. Интернет-журналы
5. Телеканалы

Ответ: 1

Задание 3.

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

Хорошая фотография начинается с выбора подходящего оборудования. Современные зеркальные или беззеркальные 1)_____ с широким диапазоном настроек и сменными объективами позволяют гибко работать с разными жанрами: от портрета и до пейзажа. Однако для того чтобы фотографировать, не обязательно иметь дорогое оборудование. Можно использовать и 2)_____, которые есть под рукой практически у каждого современного человека.

Освещение — ключевой элемент фотографии. При работе с 3)_____ светом лучше всего снимать в «золотой час» — ранним утром или на закате, когда свет мягкий и теплый. В помещении можно использовать искусственные источники света, такие как софтбоксы или кольцевые 4)_____.

Но если у вас не получилось создать при съемке хороший свет, то кадр можно улучшить на постобработке. Например, скорректировать цветовой баланс, настроить яркость и 5)_____, убрать мелкие дефекты. Для этого используются специальные программы или мобильные 6)_____. Важно не переусердствовать с 7)_____ — лучше стремиться к естественному виду, подчеркивающему красоту оригинального кадра.

Возможный ответ:

- 1) Фотоаппараты/камеры
- 2) Смартфоны
- 3) Естественным
- 4) Лампы
- 5) Контраст
- 6) Приложение
- 7) Эффектами/обработкой

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в PR-агентстве. Ваш клиент — музыкант Дмитрий Самойлов — выпустил альбом «Музыка света», в котором он экспериментирует с электронной музыкой и звуками природы. Музыкант обратился в ваше агентство для продвижения своего альбома. Ваша задача — вывести альбом на рынок. Альбом можно приобрести через стриминговые сервисы.

Рекламная стратегия, которую разработала ваша команда, включает в себя сотрудничество с интернет-изданиями, в том числе с онлайн-журналом, ориентированным на городскую культуру, стиль жизни и актуальные тренды. Один из рекламных форматов, который представлен в медиаките журнала, — лонгрид. Редакция предложила вам сделать большой материал о творческом пути Дмитрия, его взглядах на жизнь и отношении к музыке. Заказчику понравилось предложение. Теперь перед вами стоит задача разработать техническое задание на создание лонгрида и передать его редакторам журнала.

Составьте концепцию лонгрида. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель.
2. Форматы контента, которые будут использованы в лонгриде.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): содержание изображений, видео или визуальных элементов, композиционное решение, цветовая гамма, технические параметры и т.д.
4. Требования к тексту (не менее 3-х): структура материала и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), объем текста, стиль контента/тональность (tone of voice) и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: привлечь внимание к альбому «Музыка света», рассказать широкой аудитории о Дмитрие Самойлове как музыканте, его уникальном подходе к созданию музыки и вызвать интерес к его творчеству.

2. Формат: текст, аудиофрагменты треков, фотографии, таймлайн с историей всех альбомов музыканта.

3. Постановочные фотографии Дмитрия в студии и на природе (лес, горы, водоемы). Средний план. Дмитрий на всех фото находится по центру кадра, желательно везде соблюдать симметрию, чтобы показать человека как связующий элемент природного и антропогенного. Фотографии должны иметь высокое разрешение. Таймлайн сопровождается обложками альбомов музыканта.

4. Структура текста лонгрида включает:

- введение: краткий рассказ о Дмитрии и его новом альбоме;
- основную часть: история создания «Музыки света» — источники вдохновения, концепция сочетания природы и технологий, интервью с музыкантом — философия его творчества, отношение к природе, вызовы в карьере;
- заключение: приглашение к прослушиванию альбома.

Обязательно должны быть ссылки на стриминговые сервисы, где доступен альбом, а также социальные сети Дмитрия и его официальный сайт. Объем текста: 1000–2000 слов. Текст должен быть понятным для широкой аудитории, без сложных терминов.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Молодой программист планирует создать образовательный сайт. Главная цель сайта — помочь людям научиться программированию в увлекательной форме. Сайт будет работать так: пользователь выбирает интересующую его тему, например, создание игр или разработку приложений. Затем система предложит пользователю различные курсы и уроки, соответствующие выбранной теме. Сайт будет следить за успехами пользователя и отправлять ему уведомления о новых материалах и достижениях. Стоимость подписки составит 15 000 рублей в год.

Создатель сайта считает, что его продукт будет популярен среди студентов и молодых специалистов в возрасте от 18 до 35 лет, живущих в Москве и Санкт-Петербурге. Они стремятся улучшить свои навыки программирования и получить новые знания в этой области. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

Интересы/увлечения/ хобби	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Читает специализированные IT-блоги, посещает форумы для программистов. Слушает подкасты о технологиях и стартапах. Активно использует мессенджеры и социальные сети для общения.
Ценности	Саморазвитие и обучение новым технологиям. Успешная карьера.
Потребности	Хочет изучать программирование, но не знает, с чего начать. Нуждается в качественных и хорошо структурированных курсах по программированию. Ему хочется самостоятельно выбирать направление и курс обучения. Из-за большой нагрузки по учебе и стажировки готов проходить курсы только в онлайн-формате. Важно, чтобы был удобный доступ к материалам в любое время.
Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 опишите интересы, увлечения, хобби, привычки типичного представителя вашей целевой аудитории, чем он занимается в свободное время. Напишите не менее трех гипотез (предположений).

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 могли понять потребности и боли (что беспокоит) представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Давид в свободное время предпочитает играть в компьютерные игры. Участвует в хакатонах по программированию. Коллекционирует комиксы.
2. Давид испытывает недостаток мотивации и времени для регулярного обучения. Не знает, достаточно ли у него знаний и навыков для успешного трудоустройства. Боится пропустить важные новинки в мире программирования и не быть в тренде. Испытывает сложности в поиске качественного контента по приемлемой цене среди большого числа онлайн-курсов.
3. Глубинные интервью. Это качественный метод исследования, в рамках которого исследователь проводит личные беседы с представителями целевой аудитории. Этот метод позволяет получить более глубокое понимание потребностей целевой аудитории и ее тревог. В отличие от количественных методов в ходе интервью респонденты могут делиться своими переживаниями и приводить примеры из своей практики. Интервью помогает не только понять логические потребности представителей аудитории, но и уловить их эмоции, что позволяет создать более привлекательный и востребованный продукт.

Задание 6.

Пресс-служба – это ...

- А. это отдел в структуре коммерческой компании или государственного учреждения, который взаимодействует со СМИ и общественностью

- Б. организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации
- В. предприятие, которое занимается изготовлением и печатью полиграфической продукции
- Г. коллективный орган руководства средством массовой информации.

Ответ: А

Задание 7.

Обычно в структуру рецензии входят:

- А. Суть и краткая оценка произведения.
- Б. Отвлеченные рассуждения и примеры из личной жизни
- В. Краткий пересказ сюжета.
- Г. Указание на достоинства и недостатки произведения
- Д. Подробный пересказ сюжета

Ответ: А, В, Г

Задание 8.

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

«С точки зрения федерального уровня мы приняли все решения для защиты наших детей»

Министр просвещения – о достигнутых успехах и намеченных планах в деле формирования нового поколения россиян.

– Вас назначили на должность министра во второй раз. Какие задачи сейчас стоят перед Минпросвещения?

– Сегодня мы выстраиваем суверенную систему образования, формируем единое образовательное пространство. Мы хорошо понимаем, какие вызовы стоят перед нами. Насколько важным является воспитание – как инструмент развития и защиты детей от различного рода провокаций и информационных атак. Безусловно, главный ориентир в нашей работе – это программное послание президента Федеральному собранию и указ о национальных целях развития. У нас сейчас много точек роста – кадровый вопрос, зарплаты педагогов, подготовка государственных учебников по всем предметам, включение педагогических колледжей в программу «Профессионалитет» и др. Поэтапно будем эти вопросы решать.

– Кажется, что сейчас школу нельзя отделить от государства и патриотического воспитания. Почему вы считаете, что патриотизм должна воспитывать школа, а не семья?

– Я считаю, что в деле воспитания школа и семья должны быть единомышленниками. Не должно быть такого, что в школе ребенку транслируют одни вещи, рассказывают про одни ценности, а в семье совершенно другое. В школах воспитательную работу курируют советники директоров. На сегодняшний день советники по воспитанию функционируют более чем в 28 000 общеобразовательных организаций и порядка 3000 образовательных организаций системы среднего профессионального образования (СПО)

Ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них.

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Экстрим» - уникальном издании для тех, кто не представляет жизнь без адреналина и увлекается или профессионально занимается экстремальными видами спорта. В каждом выпуске содержится: информация о популярных видах экстремального спорта, интервью с профессиональными спортсменами, лонгриды, анонсы экстремальных спортивных соревнований и фестивалей.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие экстремальных видов спорта «Rush-fest». На фестивале организованы: соревнования профессионалов в jet ski, BMX-фристайлу, скейтбордингу и т.д., мастер-классы для новичков в данных видах спорта, прыжки с парашютом, кроссфит, маркет, фотовыставка «Жизнь на адреналине», фудкорт, фотозоны и т.п. 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 привлечёт внимание читателей и позволит им увидеть то, о чем рассказывает автор.

Взять интервью у организаторов, приглашённых спортсменов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Посетить соревнования спортсменов, освоить трюки на мастер-классах, возможно, прыгнуть с парашютом, посетить фотовыставку и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Экстрим» - уникальном издании для тех, кто не представляет жизнь без адреналина и увлекается или профессионально занимается экстремальными видами спорта. В каждом выпуске содержится: информация о популярных видах экстремального спорта, интервью с профессиональными спортсменами, лонгриды, анонсы экстремальных спортивных соревнований и фестивалей.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие экстремальных видов спорта «Rush-fest». На фестивале организованы: соревнования профессионалов в jet ski, BMX-фристайлу, скейтбордингу и т.д., мастер-классы для новичков в данных видах спорта, прыжки с парашютом, кроссфит, маркет, фотовыставка «Жизнь на адреналине», фудкорт, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Экстрим» - мужчина или женщина, увлекающийся зрелищными видами экстремального спорта или профессионально выступающий на соревнованиях. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация из мира экстрима, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всей страны и делиться своим опытом и эмоциями с другими подписчиками в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира экстремальных видов спорта и другого контента (фото, видео, мемы, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 47

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

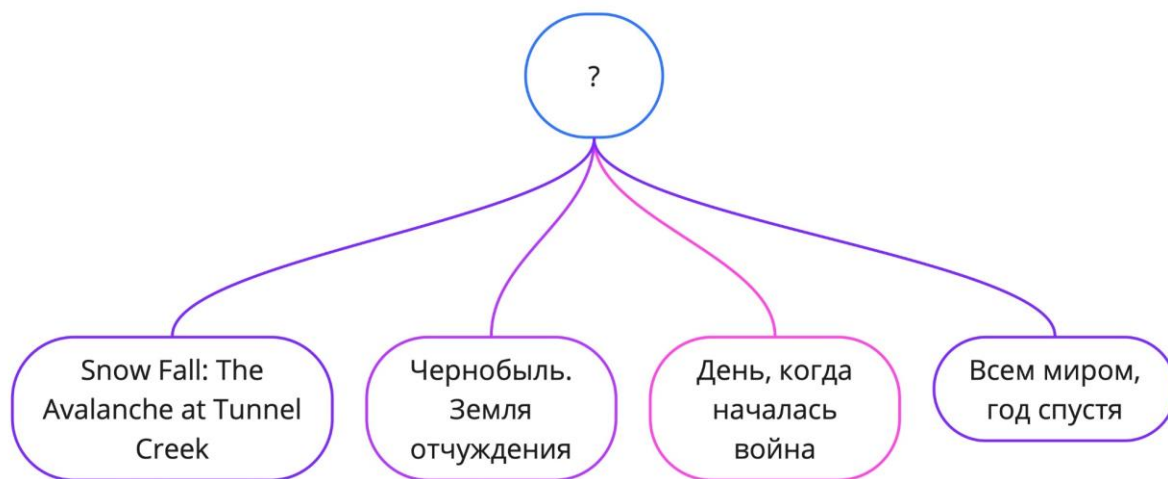
В 1877 году «_____» представил очередное свое изобретение — фонограф. Фонограф — устройство, с помощью которого звук записывался на цилиндр из фольги. Запись выглядела как выцарапанное специальной иглой углубление в фольге, где глубина дорожки была пропорциональна громкости звука.

1. Луи Жан Люмьер
2. Томас Эдисон
3. Никола Тесла
4. Александр Лодыгин
5. Александр Попов

Ответ: 2

Задание 2.

Каким термином можно объединить журналистские материалы, представленные на схеме?



1. Новостные заметки
2. Репортажи
3. Лонгриды
4. Документальные фильмы
5. Подкасты

Ответ: 3

Задание 3.

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

Процесс создания телепрограммы начинается с идеи. Сначала сценарист разрабатывает концепцию и библию формата, в которую входят содержание программы, описание персонажей, структура эпизодов, целевая 1)_____ и визуальный стиль.

Затем редактор выбирает героев и локации для съемки. Ведущий программы поддерживает интерес аудитории, управляет беседой между гостями, задает вопросы, направляет

дискуссию и следит за временем. В 2)_____ эфире ведущий сталкивается с дополнительными вызовами: он должен быстро реагировать на неожиданные повороты событий, уметь импровизировать и сохранять спокойствие в сложных ситуациях.

Во время съемок 3)_____ и 4)_____ записывают видео- и аудиоматериал. Далее 5)_____ занимается обработкой видеоматериала, добавляя эффекты, музыку и 6)_____ — список имен участников программы, а также сотрудников, участвовавших в создании передачи.

После монтажа программа проходит корректуру и утверждается руководством канала. Наконец, она готова к эфиру. Популярность программы среди телезрителей отражает такой показатель, как 7)_____ — он определяется путем подсчета количества зрителей, смотрящих определенную программу в определенное время.

Возможный ответ:

- 1) Аудиторию
- 2) Прямом
- 3) Оператор
- 4) Звукооператор/звукорежиссер/звуковик
- 5) Монтажер
- 6) Титры
- 7) Рейтинг

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в PR-агентстве. Ваш клиент — дизайнер интерьеров Марина Петрова. Она открыла студию дизайна «Эстетика пространства», предлагающую уникальные решения для создания уютного и стильного дома. Дизайнер обратилась в ваше агентство для продвижения своей студии. Ваша задача — вывести студию на рынок. Услуги можно заказать через официальный сайт.

Рекламная стратегия, которую разработала ваша команда, включает в себя сотрудничество с телевизионными каналами. На данном этапе вам необходимо разместить рекламу на нескольких популярных телеканалах, таких как «Бобер» и «Загородная жизнь». Эти каналы имеют большую аудиторию, интересующуюся дизайном интерьера. Вы считаете, что зрители этих каналов будут заинтересованы в услугах студии, и поэтому заказываете у них рекламный ролик.

Составьте концепцию рекламного ролика. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат рекламного ролика.
3. Требования к визуалу (не менее 3-х): сюжет и герои, содержание сцен, графические элементы, цветовая палитра, композиционное решение, использование спецэффектов, технические параметры и т.д.
4. Требования к тексту или аудио (не менее 3-х): структура закадрового текста или диалогов, основное сообщение, титры, стиль озвучки, музыка/звуковые эффекты и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: повысить узнаваемость бренда, привлечь потенциальных клиентов, заинтересованных в создании уютного и стильного интерьера, продемонстрировать профессионализм и уникальный подход Марины Петровой.
2. Формат: горизонтальный видеоролик длительностью 30 секунд.

3. В промо ролике показаны стильные интерьеры: уютные гостиные, светлые спальни, функциональные кухни; процесс работы: дизайнер за эскизами, выбор материалов, работа команды на объекте; довольные клиенты в интерьерах их домов, созданных студией. Сначала зрителю показывают унылый и хаотичный интерьер, который постепенно сменяется на стильный и уютный благодаря работе студии. Используются плавные переходы и смена планов (от общих к крупным). Преобладают светлые кадры для передачи теплоты и уюта. Разрешение Full HD.

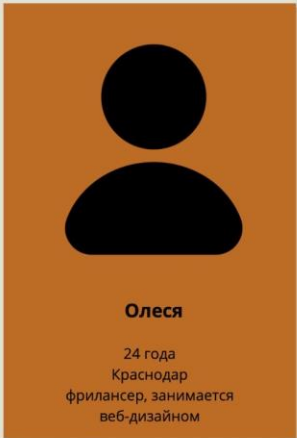
4. За кадром звучит динамичная и веселая музыка. В конце ролика титр с названием студии и логотипом. Закадровый голос произносит слоган: «Эстетика пространства» — ваш путь к уюту и гармонии». Графические элементы и титры выполнены в спокойных благородных цветах — изумрудный, кофейный.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Молодая команда журналистов планирует выпустить первый номер журнала о дизайне. Главная идея издания — помочь читателям углубить свои знания о различных аспектах дизайна и вдохновить их на создание собственных проектов. Журнал будет содержать статьи, интервью с известными дизайнерами, обзоры новых тенденций и инструментов, а также практические советы по решению конкретных задач. Первый выпуск будет посвящен теме «Современные тренды в веб-дизайне». Подписчики смогут получить журнал по почте или скачать электронную версию.

Редакторы журнала уверены, что их продукт найдет отклик у людей, интересующихся дизайном, работающих в этой сфере или желающих начать свою карьеру в данной области. Основные читатели — представители молодежи в возрасте от 18 до 35 лет, живущие в крупных городах России. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Олеся 24 года Краснодар фрилансер, занимается веб-дизайном	<table><tr><td>Интересы/увлечения/хобби</td><td>Закончила художественную школу и получила образование по специальности «Дизайн среды». Увлекается цифровым искусством и регулярно обновляет свое портфолио. Интересуется современными трендами в дизайне, новыми инструментами и технологиями. Следит за работами известных дизайнеров и вдохновляется их проектами. Любит работать над реальными проектами, связанными с дизайном сайтов и мобильных приложений.</td></tr><tr><td>Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</td><td>Читает специализированные блоги и форумы по веб-дизайну. Активно использует Pinterest, Behance для вдохновения и поиска новых идей. Часто смотрит обучающие видео, подписана на подкасты о дизайне и технологиях. Активный пользователь социальных сетей.</td></tr><tr><td>Ценности</td><td>Креативность, индивидуальность в работе и самовыражение через дизайн.</td></tr><tr><td>Потребности</td><td>1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr><tr><td>Что беспокоит</td><td>2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr><tr><td>Метод исследования целевой аудитории</td><td>3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td></tr></table>	Интересы/увлечения/хобби	Закончила художественную школу и получила образование по специальности «Дизайн среды». Увлекается цифровым искусством и регулярно обновляет свое портфолио. Интересуется современными трендами в дизайне, новыми инструментами и технологиями. Следит за работами известных дизайнеров и вдохновляется их проектами. Любит работать над реальными проектами, связанными с дизайном сайтов и мобильных приложений.	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Читает специализированные блоги и форумы по веб-дизайну. Активно использует Pinterest, Behance для вдохновения и поиска новых идей. Часто смотрит обучающие видео, подписана на подкасты о дизайне и технологиях. Активный пользователь социальных сетей.	Ценности	Креативность, индивидуальность в работе и самовыражение через дизайн.	Потребности	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Интересы/увлечения/хобби	Закончила художественную школу и получила образование по специальности «Дизайн среды». Увлекается цифровым искусством и регулярно обновляет свое портфолио. Интересуется современными трендами в дизайне, новыми инструментами и технологиями. Следит за работами известных дизайнеров и вдохновляется их проектами. Любит работать над реальными проектами, связанными с дизайном сайтов и мобильных приложений.												
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	Читает специализированные блоги и форумы по веб-дизайну. Активно использует Pinterest, Behance для вдохновения и поиска новых идей. Часто смотрит обучающие видео, подписана на подкасты о дизайне и технологиях. Активный пользователь социальных сетей.												
Ценности	Креативность, индивидуальность в работе и самовыражение через дизайн.												
Потребности	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Что беспокоит	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации.

В пункте 1 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

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 могли понять потребности и боли (что беспокоит) представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Олеся хочет получать актуальную информации о новых трендах и инструментах в дизайне. Хочет найти источник для мотивации и вдохновения. Олеся стремится развиваться и совершенствоваться как дизайнер. Для нее актуальны практические советы от коллег по цеху.

2. Ей кажется, что она не успевает следить за быстрыми изменениями в мире дизайна. Сложно найти качественный экспертный контент среди большого количества информационного шума. Ей не хватает времени для прохождения всех курсов по дизайну и обучения новым навыкам. Испытывает страх, что ее работы могут не соответствовать современным стандартам в дизайне.

3. Глубинные интервью. Это качественный метод исследования, в рамках которого исследователь проводит личные беседы с представителями целевой аудитории. Этот метод позволяет получить более глубокое понимание потребностей целевой аудитории и ее тревог. В отличие от количественных методов в ходе интервью респонденты могут делиться своими переживаниями и приводить примеры из своей практики. Интервью помогает не только понять логические потребности представителей аудитории, но и уловить их эмоции, что позволяет создать более привлекательный и востребованный продукт.

Задание 6.

Пресс-клиппинг – это ...

- А) подбор публикаций в СМИ за определенный период времени, в которых упоминается какая-то организация или, например, политик, освещается конкретное мероприятие или тема и т.д.
- Б) сообщение, подготовленное для журналистов и редакторов СМИ, о событии, мероприятии или другом информационном поводе
- В) проверка информационных источников на достоверность, правдивость информации
- Г) опубликованный список наиболее популярных в определённый период медиапродуктов

Ответ: А

Задание 7.

В структуру рецензии не входят:

- А. Суть и краткая оценка произведения.
- Б. Отвлеченные рассуждения и примеры из личной жизни
- В. Эмоциональные высказывания
- Г. Указание на достоинства и недостатки произведения
- Д. Подробный пересказ сюжета

Ответ: Б, В, Д

Задание 8.

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

«Нам пришлось принимать нестандартные решения»

Почему в 2024 году правительству придется увеличить свои траты, удастся ли в последующие годы не допускать сверхрасходов, как бюджет может помочь в борьбе с инфляцией — ответил министр финансов Антон Силуанов

— В следующем году бюджет выходит на параметры первичного структурного баланса. Это значит, что, если вынести за скобки расходы на обслуживание госдолга и дополнительные (конъюнктурные) нефтегазовые доходы, бюджет будет сбалансирован. Но в 2024 году бюджет может потратить до 1,5 трлн руб. сверх запланированного, а первичный структурный дефицит может достичь 3,1 трлн руб. Чем обусловлен такой «размен» между годами по расходам?

— Действительно, мы на предстоящую трехлетку сделали бюджет, исходя из бюджетного правила. Мы координируемся здесь с денежно-кредитной политикой, с тем, чтобы у Центрального банка было больше возможностей для того, чтобы смягчать денежно-кредитную политику. Потому что если мы имеем баланс бюджета, ужесточаем свою политику, то у Центрального банка появляются дополнительные возможности для ослабления денежно-кредитной политики.

— Год назад, обсуждая проект бюджета 2024 года, вы сказали, что его нельзя назвать «военным». Что-то изменилось в этом году?

— Можно посмотреть, как растут расходы на технологическое лидерство. Радиоэлектроника, станки, беспилотники, малая химия, авиастроение, судостроение. В два раза объем средств на эти направления в следующем бюджете увеличивается. Задачи специальной военной операции, как мы говорили, — это наш приоритет основной: тратим денег столько, сколько нужно для фронта, для победы. Но и не забываем про свой технологический суверенитет. Мы не можем зависеть по критическим технологиям от импорта из западных недружественных стран. Поэтому нужно иметь собственные компетенции, собственное производство, для этого нужна и государственная поддержка. Будем оказывать.

Ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Всё о дизайне» - уникальном издании как для любителей дизайна, так и для профессионалов в данной сфере. В каждом выпуске журнала можно найти: классные дизайн-кейсы для вдохновения, новости из креативной индустрии, большой раздел с глубокими разборами дизайн-феноменов и профайлами современных дизайнеров, художников и других креаторов, признанных в индустрии.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие дизайн-фестиваля «Design-fest». На фестивале организованы: выставка производителей предметов дизайна, мастер-классы от ведущих экспертов области, мастер-класс «Дизайн своими руками», выставка арт-объектов, благотворительный аукцион, розыгрыш дизайн-проектов, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.
- 2) Разнообразить материал можно следующими способами:

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

Взять интервью у организаторов, приглашённых экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Посетить лекции экспертов и поделиться лайфхаками с читателями, познакомиться с новинками дизайна от производителей товаров на выставке, поучаствовать в благотворительном аукционе и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Всё о дизайне» - уникальном издании как для любителей дизайна, так и для профессионалов в данной сфере. В каждом выпуске журнала можно найти: классные дизайн-кейсы для вдохновения, новости из креативной индустрии, большой раздел с глубокими разборами дизайн-феноменов и профайлами современных дизайнеров, художников и других креаторов, признанных в индустрии.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие дизайн-фестиваля «Design-fest». На фестивале организованы: выставка производителей предметов дизайна, мастер-классы от ведущих экспертов области, мастер-класс «Дизайн своими руками», выставка арт-объектов, благотворительный аукцион, розыгрыш дизайн-проектов, фудкорт, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Всё о дизайне» - мужчина или женщина, увлекающийся дизайном интерьеров или профессионально работающий в данной сфере. Привлекает таких пользователей: новая интересная информация о дизайне, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всей страны и делиться своим опытом и обращаться за помощью или критикой к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира дизайна и другого контента (фото, видео, мемы, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег

ВАРИАНТ 48

Задание 1.

Заполните пропуск, выбрав один подходящий вариант из перечисленных:

В России первой печатной книгой считается «_____» 1564 года (период Московского государства), отпечатанный мастерами Иваном Федоровым и Петром Мстиславцем.

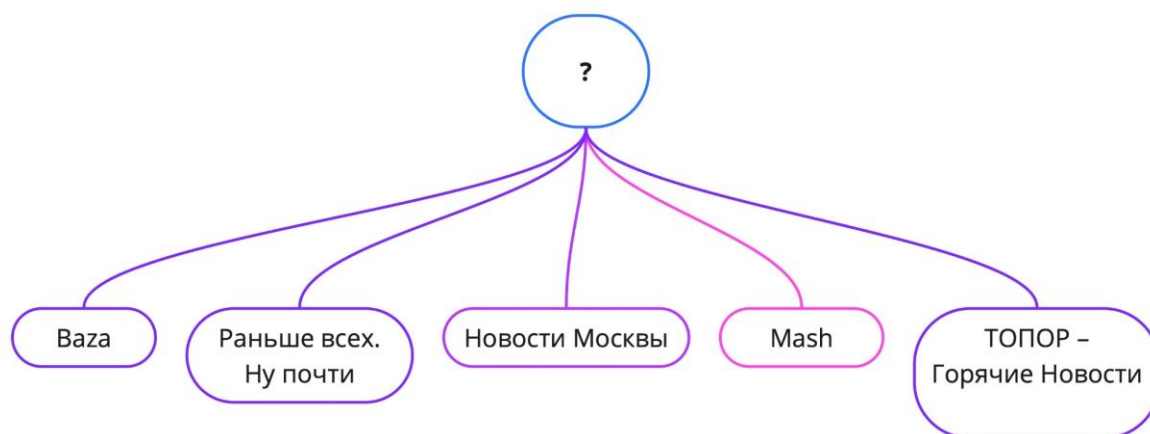
Типография была организована по указу Ивана Грозного, который договорился с датским королем, что тот отправит к нему своего мастера Ганса Мессингейма, учениками которого и стали российские мастера.

1. «Апостол»
2. «Ведомости»
3. «Куранты»
4. «Часовник»
5. «Повесть временных лет»

Ответ: 1

Задание 2.

Какое понятие, объединяющее все эти названия, зашифровано на схеме?



1. Социальные сети
2. Телеграм-каналы
3. Videоблоги
4. Информационные агентства
5. Газеты

Ответ: 2

Задание 3.

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

Процесс создания газеты начинается с планирования содержания следующего 1)_____. Редактор вместе с журналистами и дизайнерами обсуждают актуальные темы, составляют план статей и иллюстраций. Затем 2)_____ отправляются на поиски информации, проводят

3)_____ с различными героями, собирают статистические данные и пишут 4)_____. Одновременно дизайнеры работают над оформлением страниц, выбирают 5)_____ для основного текста и заголовков. Все тексты смотрит 6)_____, который проверяет, чтобы в тексте не было ошибок и опечаток. После этого статьи и макеты отправляются на утверждение 7)_____. Он проводит окончательную проверку, после чего газета отправляется в печать.

Возможный ответ:

- 1) Номера/выпуска
- 2) Журналисты/корреспонденты
- 3) Интервью
- 4) Статьи
- 5) Шрифты
- 6) Корректор
- 7) Главному редактору/шеф-редактору

Задание 4.

Прочитайте текст и выполните задание.

Вы работаете в PR-агентстве. Ваш клиент — фотограф Сергей Иванов — провел фотовыставку «Запечатленные моменты», где были представлены его работы, отражающие повседневную жизнь людей в разных уголках мира. Фотограф обратился в ваше агентство для продвижения своей выставки. Ваша задача — реализовать билеты на выставку. Билеты на выставку можно приобрести на сайте фотографа.

Рекламная стратегия, которую разработала ваша команда, включает в себя сотрудничество с московским транспортом. Вы планируете разместить рекламные баннеры с анонсом выставки на городских остановках. Мэрия одобрила вашу инициативу, теперь вам нужно дать задание дизайнеру на разработку баннера.

Составьте концепцию рекламного баннера. Отрадите следующие аспекты:

1. Цель рекламы.
2. Формат баннера.
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 (не менее 3-х): структура материала и основные содержательные тезисы, обязательные упоминания (ссылки), объем текста, стиль контента/тональность (tone of voice) и т.д.

Возможный ответ:

1. Цель: привлечь внимание посетителей выставочных пространств к фотовыставке Сергея Иванова «Запечатленные моменты». Увеличить продажи билетов через сайт фотографа.
2. Формат: статический баннер.
3. На баннере размещена одна из самых выразительных фотографий выставки. Она занимает $\frac{2}{3}$ композиции. Ниже под фотографией размещается текст. Белый фон, черный шрифт. Шрифты без засечек для легкого восприятия текста. Разрешение — минимум 300 dpi.
4. Текст баннера: «Фотовыставка Сергея Иванова, которая меняет взгляд на жизнь». Обязательные упоминания: место проведения и даты. В правом нижнем углу расположить

QR-код для покупки билетов на выставку. Сверху над фотографией добавить логотипы выставочного пространства, партнеров и сайта художника (если есть). Объем текста — не более 20 слов.

Задание 5.

Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос.

Студенты кулинарного колледжа планируют запустить блог о вкусной и здоровой пище. Основная цель блога — поделиться рецептами вкусных и полезных блюд, а также популяризовать профессию повара и привлечь абитуриентов в колледж. Блог будет регулярно обновляться новыми рецептами, видеоуроками и советами по приготовлению пищи. Авторы планируют размещать рецепты, подходящие для новичков. Также они будут делиться историями о своем опыте в кулинарии и отвечать на вопросы читателей.

Авторы блога считают, что их проект привлечет внимание подростков в возрасте от 13 до 18 лет, которые заинтересованы в кулинарии и ориентированы на выбор соответствующей специальности. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя целевой аудитории медиапроекта.

 Василий 16 лет Магнитогорск ученик 9-го класса	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="603 887 815 1043">Интересы/увлечения/хобби</td> <td data-bbox="815 887 1374 1043">В свободное время увлекается кулинарией, приготовлением здоровой пищи в том числе. Любит смотреть кулинарные шоу и видеоролики с мастер-классами. Интересуется разными кухнями мира и хочет изучать гастрономические традиции разных стран. Занимается спортом. Задумывается о поступлении в колледж на специальность повара.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1043 815 1126">Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит</td> <td data-bbox="815 1043 1374 1126">1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1126 815 1184">Ценности</td> <td data-bbox="815 1126 1374 1184">Спорт, семья, друзья.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1184 815 1243">Потребности</td> <td data-bbox="815 1184 1374 1243">2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1243 815 1400">Что беспокоит</td> <td data-bbox="815 1243 1374 1400">Неуверенность в выборе профессии и сомнения, что повар — это правильный карьерный путь. Не всегда удается найти нужные ингредиенты для некоторых рецептов. Переживает из-за отсутствия опыта. Страх, что сложные рецепты могут не получиться. Не всегда хватает времени для приготовления сложных блюд, хочется простых и быстрых решений.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1400 815 1458">Метод исследования целевой аудитории</td> <td data-bbox="815 1400 1374 1458">3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ</td> </tr> </table>	Интересы/увлечения/хобби	В свободное время увлекается кулинарией, приготовлением здоровой пищи в том числе. Любит смотреть кулинарные шоу и видеоролики с мастер-классами. Интересуется разными кухнями мира и хочет изучать гастрономические традиции разных стран. Занимается спортом. Задумывается о поступлении в колледж на специальность повара.	Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Ценности	Спорт, семья, друзья.	Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ	Что беспокоит	Неуверенность в выборе профессии и сомнения, что повар — это правильный карьерный путь. Не всегда удается найти нужные ингредиенты для некоторых рецептов. Переживает из-за отсутствия опыта. Страх, что сложные рецепты могут не получиться. Не всегда хватает времени для приготовления сложных блюд, хочется простых и быстрых решений.	Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Интересы/увлечения/хобби	В свободное время увлекается кулинарией, приготовлением здоровой пищи в том числе. Любит смотреть кулинарные шоу и видеоролики с мастер-классами. Интересуется разными кухнями мира и хочет изучать гастрономические традиции разных стран. Занимается спортом. Задумывается о поступлении в колледж на специальность повара.												
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Ценности	Спорт, семья, друзья.												
Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												
Что беспокоит	Неуверенность в выборе профессии и сомнения, что повар — это правильный карьерный путь. Не всегда удается найти нужные ингредиенты для некоторых рецептов. Переживает из-за отсутствия опыта. Страх, что сложные рецепты могут не получиться. Не всегда хватает времени для приготовления сложных блюд, хочется простых и быстрых решений.												
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ												

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся 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 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез (ваши предположения) о потребностях аудитории (например, информационные, эмоциональные, социальные или другие).

В пункте 3 предложите **один метод исследования**, с помощью которого вы могли понять потребности и боли (что беспокоит) представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, кратко охарактеризуйте его и обоснуйте свой выбор.

Возможный ответ:

1. Активно пользуется телеграм-каналами, посвященными рецептам и лайфхакам для кухни. Читает комментарии и участвует в обсуждениях на кулинарных форумах. Общается с друзьями в социальных сетях.
2. Хочет получать советы и лайфхаки для начинающих кулинаров, с использованием базовых ингредиентов. Хочет стать частью кулинарного сообщества. Хочет иметь возможность задавать вопросы профессионалам и получать обратную связь.
3. Глубинные интервью. Это качественный метод исследования, в рамках которого исследователь проводит личные беседы с представителями целевой аудитории. Этот метод позволяет получить более глубокое понимание потребностей целевой аудитории и ее тревог. В отличие от количественных методов в ходе интервью респонденты могут делиться своими переживаниями и приводить примеры из своей практики. Интервью помогает не только понять логические потребности представителей аудитории, но и уловить их эмоции, что позволяет создать более привлекательный и востребованный продукт.

Задание 6.

Промоушн – это ...

- А. назначение кого-либо представителем средства массовой информации при органе власти, общественной организации, мероприятии
- Б. устная и печатная деятельность, имеющая целью политическое воздействие на широкие народные массы
- В. комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение продукта
- Г. распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица и подрывающего его репутацию

Ответ: В

Задание 7.

Укажите функции социальных сетей с точки зрения пользователей:

- А. регулятивная
- Б. коммуникационная
- В. самопрезентационная
- Г. воспитательная
- Д. социализирующая

Ответ: Б, В, Д

Задание 8.

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

«Всегда огорчает, когда не в силах помочь»

Министр Мурашко - о развитии здравоохранения в России, ИИ в медицине и минутах отчаяния.

— *Михаил Альбертович, врачи станут получать больше?*

— Сейчас, как известно, зарплата бюджетников, в том числе медиков, зачастую привязана к средней по региону. Со следующего года запустим пилотный проект по разработке новой системы оплаты труда в нескольких регионах. А в 2027-м планируем переходить на нее уже по всей стране.

— *Сейчас ломаются копыя вокруг подготовки врачей. Многие считают спорным, что порой медицинские факультеты открываются в совершенно непрофильных вузах.*

— Врача можно готовить только там, где есть полный набор условий для его всесторонней подготовки. Да, нужны углубленные знания по химии, биологии, физике. Но во главе, конечно же, клинические дисциплины. Клинические кафедры должны располагаться в ведущих лечебных учреждениях, можно сказать, у постели больного. Будущий врач должен увидеть все разнообразие патологий, увидеть самую тяжелую патологию и реальные современные технологии лечения. А иначе как?

Ответ: Интервью. Текст представлен в формате вопросов журналиста и ответов собеседника на них

Задание 9.

Вы работаете в редакции журнала «Цветущий сад» - уникальном издании для любителей ботаники и профессионалов сферы флористики. В каждом номере - самые новые и интересные направления современной флористики, тенденции цветочной моды, актуальные темы цветочного декорирования помещений и садового дизайна.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля флористики «Все краски мира». На фестивале организованы: выставка уличных цветочных композиций, конкурс лучших новых сортов цветов, мастер-классы по флористике, лекции от экспертов в области ботаники и флористики, фотовыставка, фудкорт, фотозоны и т.п. 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 информативное событие, которое может вызвать интерес у читателей.

2) Разнообразить материал можно следующими способами.

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

Взять интервью у организаторов, приглашённых экспертов и записать их впечатления, понаблюдать за их реакциями. Именно это и сделает репортаж убедительным.

Самостоятельно принять участие в фестивале. Посетить уличную экспозицию, познакомиться с новыми сортами цветов и выбрать лучший, посетить мастер-класс и создать свою композицию, пообщаться с экспертами и разузнать секреты их мастерства и т.д. Это позволит журналисту наиболее ярко описать происходящее на фестивале, дать свою оценку, показать читателям «изнанку» события.

Задание 10.

Вы работаете в редакции журнала «Цветущий сад» - уникальном издании для любителей ботаники и профессионалов сферы флористики. В каждом номере - самые новые и интересные направления современной флористики, тенденции цветочной моды, актуальные темы цветочного декорирования помещений и садового дизайна.

Вас направляют в качестве журналиста на открытие фестиваля флористики «Все краски мира». На фестивале организованы: выставка уличных цветочных композиций, конкурс лучших новых сортов цветов, мастер-классы по флористике, лекции от экспертов в области ботаники и флористики, фотовыставка, фудкорт, фотозоны и т.п. Вам необходимо подготовить и опубликовать текстовый репортаж с фестиваля.

После публикации репортажа вам необходимо разместить пост в официальном сообществе вашего издания в социальной сети ВКонтакте с ссылкой на официальный сайт журнала, 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 журнала «Цветущий сад» - женщина или мужчина, увлекающийся садоводством, флористикой или профессионально работающий в данной сфере. Привлекает таких пользователей: новая полезная информация о флористике, простота изложения информации, экономия времени, возможность найти единомышленников со всей страны и делиться своим опытом и обращаться за помощью к другим подписчикам в комментариях сообщества. Также данной аудитории интересно сочетание актуальных новостей из мира флористики и другого контента (фото, видео, мемы, лонгриды и др).

2) Структура:

Заголовок

Подводка

Содержание новости

Фото, видео или графика

Ссылка на сайт

Хештег