

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа дисциплины

Лаборатории медиакоммуникаций

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637ABV04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК – 1
Профессиональные	-	ПК – 2
Профессиональные	-	ПК – 3
Профессиональные	-	ПК – 4
Профессиональные	-	ПК – 5
Профессиональные	-	ПК - 7

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК – 1	Способен создавать медиаконтент для различных субъектов социальной и экономической деятельности с учетом их специфики и имеющегося отечественного и международного опыта	ПК-1.1. создает, обрабатывает, компонует информацию в различных средах и на различных носителях и платформах ПК-1.2. осуществляет распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение) ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных источников ПК 1.4 Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК – 2	Способен создавать медиатексты, предназначенные для публичного распространения, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК 2.1 Знает систему русского языка, ее основные единицы и законы их функционирования в языке и речи, необходимые для создания медиатекстов различной тематической и жанровой направленности. ПК-2.2. Способен находить общественно значимую тему и рассматривать ее в контексте масштабной проблемы. ПК-2.3. Умеет использовать при создании медиаконтента различные источники и методы получения информации. ПК-2.4. Владеет методами верификации информации, способен отличать факт от мнения. ПК-2.5. Способен соблюдать на всех этапах работы над текстом этические нормы международных и отечественных

		профессиональных кодексов
ПК – 3	Способен обрабатывать и форматировать контент в соответствии с задачами и спецификой реализуемого медиакоммуникационного проекта	ПК-3.1. Способен осуществлять редакторскую деятельность, основываясь на знании технологических особенностей различных медиаплатформ ПК-3.2. Владеет навыками фактчекинга при редактировании медиатекста. ПК-3.3. Владеет основами редакционного менеджмента в создании медиатекстов. ПК-3.4. Способен участвовать в планировании и координировании процесса создания медиа текстов.
ПК – 4	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов медиа	ПК- 4.1 Способен осуществлять редактирование медиатекстов разных жанров и форматов в соответствии с языковыми нормами. ПК 4.2 Владеет навыками применения цифровых технологий обработки текста.
ПК – 5	Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	ПК-5.1. Умеет создавать индивидуальные и коллективные медиапроекты определенного формата в соответствии с потребностями целевой аудиторией СМИ ПК-5.2. Владеет навыками работы в команде при разработке коллективных медиапроектов. ПК-5.3 Способен создавать медиапроекты различной тематической направленности с использованием мультимедийных средств.
ПК - 7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации с внешней средой

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК – 1		
	Создавать контент для социальных сетей	Находить инфоповоды для публикаций в социальных медиа	Навыками создания медиаконтента, распространяемого посредством социальных сетей.
Код компетенции	ПК – 2		
	основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний	использовать при создании медиаконтента различные источники и методы получения информации.	Владеет методами верификации информации, способен отличать факт от мнения.
Код компетенции	ПК – 3		
	- технологии подготовки медиатекста; - принципы работы современной редакции	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более эффективного восприятия с помощью различных мультимедийных форматов	- навыками работы с применением современных редакционных технологий
Код компетенции	ПК - 4		
	Основные принципы подготовки медиапродукта к выпуску	осуществлять редактирование медиатекстов разных жанров и форматов в соответствии с языковыми нормами.	навыками применения цифровых технологий обработки текста.
Код компетенции	ПК - 5		
	- технологию подготовки журналистского текста; - принципы работы	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более	- навыками работы с применением современных редакционных технологий

	современной редакции	эффективного восприятия с помощью различных мультимедийных форматов	
Код компетенции	ПК - 7		
	Основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	Координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	Навыками коммуникации при взаимодействии с внешней средой

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Социальные медиа», «Медиамаркетинг», «Тайм-менеджмент».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, редакторский, проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Продюсирование цифрового контента.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>		
	<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Заочная или Очно-заочная с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	6/216	6/216	6/216
Контактная работа:			
Занятия лекционного типа	20	4	6
Занятия семинарского типа	88	20	6
Промежуточная аттестация: <i>зачет</i>	0,3	12	12
Самостоятельная работа (СРС)	107,7	180	192

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Само стоят ельн ая работ а
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекц ии	Иные учебны е заняти я	Прак тичес кие занят ия	Семи нары	Лабо рато рные раб.	Иные занят ия	
1.	Производство медиаконтента	4			18			30
2.	Проектирование медиапроектов	4			18			30
3.	Технические аспекты медиапроизводства	4			18			30
4.	Продвижение и распространение медиаконтента	4			18			30
5.	Проектная работа	4			16			23,7
6.	Промежуточная аттестация	0,3						
7.	Итого	20			88			143,7

6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Само стоят ельна я работ а
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекц ии	Иные учебны е заняти я	Прак тичес кие занят ия	Семи нары	Лабо рато рные раб.	Иные занят ия	
1.	Производство медиаконтента	1			4			44
2.	Проектирование медиапроектов	1			4			44
3.	Технические аспекты медиапроизводства	1			4			42
4.	Продвижение и распространение медиаконтента	0,5			4			42
5.	Проектная работа	0,5			4			44

6.	Промежуточная аттестация	12						
7.	Итого	4			20			216

6.1.3. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Само стоят ельна я работ а
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекц ии	Иные учебны е заняти я	Прак тичес кие занят ия	Семи нары	Лабо рато рные раб.	Иные занят ия	
1.	Производство медиаконтента	1			1			38
2.	Проектирование медиапроектов	1			1			38
3.	Технические аспекты медиапроизводства	1			1			38
4.	Продвижение и распространение медиаконтента	2			2			38
5.	Проектная работа	1			1			40
6.	Промежуточная аттестация	12						
7.	Итого	6			6			192

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/ п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Производство медиаконтента	Проектирование медиапроектов. Этапы создания медиапроекта: от идеи до реализации. Разработка концепции и сценария медиапроекта. Технические аспекты медиапроизводства. Основы видео-, аудио- и графического производства. Использование современных инструментов и технологий в медиапроизводстве.
2.	Проектирование медиапроектов	Создание медиапроектов. Практические занятия по созданию медиапроектов: разработка концепции, сценария, съемка, монтаж. Работа с профессиональным оборудованием и программным обеспечением.

		Анализ и оценка медиаконтента. Лабораторные работы по анализу медиаконтента: сбор данных, интерпретация результатов, формулирование рекомендаций. Сравнительный анализ медиапроектов с использованием различных методик.
3.	Технические аспекты медиапроизводства	Метрики и аналитика медиаконтента. Оценка эффективности медиапроектов: метрики и ключевые показатели (KPI). Использование аналитических инструментов для оценки медиаконтента. Сравнительный анализ медиапроектов. Методы сравнительного анализа медиаконтента. Выявление сильных и слабых сторон медиапроектов.
4.	Продвижение и распространение медиаконтента	Маркетинг и продвижение медиаконтента. Основы медиапланирования и медиапродвижения. Стратегии продвижения медиаконтента в цифровой среде. Распространение медиаконтента. Основные платформы и каналы распространения медиаконтента (социальные сети, видеохостинги, стриминговые сервисы). Методы и приемы увеличения охвата аудитории.
5.	Проектная работа	Разработка и реализация медиапроекта. Командная проектная работа по созданию медиапроекта с нуля. Планирование, выполнение и презентация проекта перед аудиторией.

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Производство медиаконтента	Основы работы с текстовыми медиа. Изучение основ работы с текстами в медиакоммуникациях. Написание и редактирование текстов для различных медиаформатов (новости, статьи, блоги). Основы SEO-оптимизации текстов. Работа с CMS (Content Management System).
2.	Проектирование медиапроектов	Проведение медиаисследований. Ознакомление с методами и инструментами медиаисследований. Изучение методов сбора и анализа данных. Проведение опросов и интервью. Анализ медиа-аудитории и медийного контента.
3.	Технические аспекты медиапроизводства	Создание мультимедийных проектов. Практика интеграции различных медиаформатов в единый проект. Разработка мультимедийных историй. Работа с интерактивными платформами (например, ThingLink, Canva). Создание презентаций и инфографики.
4.	Продвижение и распространение медиаконтента	Социальные медиа и SMM. Изучение стратегий и инструментов работы с социальными медиа. Создание и управление контентом в социальных сетях. Анализ и измерение эффективности SMM-кампаний. Работа с

		инструментами планирования аналитики (Hootsuite, Buffer, Google Analytics).
5.	Проектная работа	Разработка и презентация собственного медиапроекта. Коллективная работа и обмен опытом. Оценка и обсуждение проектов.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Производство медиаконтента	Практика в фото- и видеосъемке. Сделать серию фотографий или снять короткое видео на заданную тему, отредактировать материалы. Изучить основы композиции, освещения, работы с фотокамерой и видеокамерой.
2.	Проектирование медиапроектов	Создание мультимедийного проекта. Разработать и представить мультимедийный проект (например, интерактивную презентацию, инфографику или мультимедийную историю). Научиться интегрировать различные виды контента в единый проект.
3.	Технические аспекты медиапроизводства	Изучение технологий AR и VR. Исследовать возможности использования AR и VR в медиакommunikациях, подготовить презентацию. Понять, как технологии AR и VR могут применяться в медиа и маркетинге.
4.	Продвижение и распространение медиаконтента	Анализ и разработка контента для социальных медиа. Разработать контент-план для социальной сети, создать несколько постов, провести анализ эффективности. Научиться планировать и создавать контент для социальных медиа, анализировать его эффективность.
5.	Проектная работа	Разработка и презентация итогового проекта. Создать итоговый медиапроект, который интегрирует различные виды контента и медиаформаты. Применить все полученные знания и навыки для создания комплексного медиапроекта.

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Производство медиаконтента	Опрос, тестирование, задание к интерактивному занятию, творческий проект, проблемно-аналитическое задание
2.	Проектирование	Опрос, тестирование, дискуссионные процедуры,

	медиапроектов	задание к интерактивному занятию, исследовательский проект, информационный проект, проблемно-аналитическое задание
3.	Технические аспекты медиапроизводства	Опрос, тестирование, задание к интерактивному занятию, исследовательский проект, творческий проект, проблемно-аналитические задания
4.	Продвижение и распространение медиаконтента	Опрос, исследовательский проект, информационный проект, проблемно-аналитическое задание
5.	Проектная работа	Опрос, исследовательский проект, дискуссионные процедуры, информационный проект, тестирование

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная учебная литература

1. Кухаренко, Е. Г. Массовые коммуникации и медиапланирование: учебное пособие / Е. Г. Кухаренко, Г. И. Пермяков. — Москва: Московский технический университет связи и информатики, 2015. — 42 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : <https://www.iprbookshop.ru/92465.html>

2. Якунин, А. В. Интернет-журналистика. Интернет-журналистика в контексте массовой коммуникации в медиасреде Интернет: учебное пособие / А. В. Якунин. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 76 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102906.html>

8.2 Дополнительная учебная литература:

1. Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Е. Л. Головлева. — Москва : Академический проект, 2020. — 250 с. — ISBN 978-5-8291-2675-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : <https://www.iprbookshop.ru/110054.html>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
3. Инвестиционный консалтинг. www.i-con.ru.
4. Сайт РосБизнесКонсалтинг (РБК – ведущий мультимедийный холдинг России). www.rbc.ru
5. Национальная ассоциация управления проектами. www.sovnet.ru.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных

звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. Работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. Внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. Выполнение самостоятельных практических работ;
4. Подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор

для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут;
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач;
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция;
- дискуссия;
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами с инвалидностью и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Лаборатории медиакоммуникаций

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК – 1
Профессиональные	-	ПК – 2
Профессиональные	-	ПК – 3
Профессиональные	-	ПК – 4
Профессиональные	-	ПК – 5
Профессиональные	-	ПК - 7

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК – 1	Способен создавать медиаконтент для различных субъектов социальной и экономической деятельности с учетом их специфики и имеющегося отечественного и международного опыта	ПК-1.1. создает, обрабатывает, компоует информацию в различных средах и на различных носителях и платформах ПК-1.2. осуществляет распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение) ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных источников ПК 1.4 Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК – 2	Способен создавать медиатексты, предназначенные для публичного распространения, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК 2.1 Знает систему русского языка, ее основные единицы и законы их функционирования в языке и речи, необходимые для создания медиатекстов различной тематической и жанровой направленности. ПК-2.2. Способен находить общественно значимую тему и рассматривать ее в контексте масштабной проблемы. ПК-2.3. Умеет использовать при создании медиаконтента различные источники и методы получения информации. ПК-2.4. Владеет методами верификации информации, способен отличать факт от мнения. ПК-2.5. Способен соблюдать на всех этапах работы над текстом этические нормы международных и отечественных

		профессиональных кодексов
ПК – 3	Способен обрабатывать и форматировать контент в соответствии с задачами и спецификой реализуемого медиакоммуникационного проекта	ПК-3.1. Способен осуществлять редакторскую деятельность, основываясь на знании технологических особенностей различных медиаплатформ ПК-3.2. Владеет навыками фактчекинга при редактировании медиатекста. ПК-3.3. Владеет основами редакционного менеджмента в создании медиатекстов. ПК-3.4. Способен участвовать в планировании и координировании процесса создания медиа текстов.
ПК – 4	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов медиа	ПК- 4.1 Способен осуществлять редактирование медиатекстов разных жанров и форматов в соответствии с языковыми нормами. ПК 4.2 Владеет навыками применения цифровых технологий обработки текста.
ПК – 5	Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	ПК-5.1. Умеет создавать индивидуальные и коллективные медиапроекты определенного формата в соответствии с потребностями целевой аудиторией СМИ ПК-5.2. Владеет навыками работы в команде при разработке коллективных медиапроектов. ПК-5.3 Способен создавать медиапроекты различной тематической направленности с использованием мультимедийных средств.
ПК - 7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации с внешней средой

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК – 1		
	Создавать контент для социальных сетей	Находить инфоповоды для публикаций в социальных медиа	Навыками создания медиаконтента, распространяемого посредством социальных сетей.
Код компетенции	ПК – 2		
	основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний	использовать при создании медиаконтента различные источники и методы получения информации.	Владеет методами верификации информации, способен отличать факт от мнения.
Код компетенции	ПК – 3		
	- технологии подготовки медиатекста; - принципы работы современной редакции	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более эффективного восприятия с помощью различных мультимедийных форматов	- навыками работы с применением современных редакционных технологий
Код компетенции	ПК - 4		
	Основные принципы подготовки медиапродукта к выпуску	осуществлять редактирование медиатекстов разных жанров и форматов в соответствии с языковыми нормами.	навыками применения цифровых технологий обработки текста.
Код компетенции	ПК - 5		
	- технологию подготовки журналистского текста; - принципы работы	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более	- навыками работы с применением современных редакционных технологий

	современной редакции	эффективного восприятия с помощью различных мультимедийных форматов	
Код компетенции	ПК - 7		
	Основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	Координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	Навыками коммуникации при взаимодействии с внешней средой

3.2. Критерии оценки знаний студентов

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/Зачтено	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/Зачтено	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания,

		уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Зачтено	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Не зачтено	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.

	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.
--	----------	--

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/ зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

4. Типовые контрольные задания (закрытого, открытого и иного типа) для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

ТЕСТИРОВАНИЕ

ПК-1 2 СЕМЕСТР

- Что в первую очередь нужно сделать перед началом работы в медиалаборатории?
 - а) сразу приступить к съёмке или монтажу;
 - б) ознакомиться с регламентом, техникой безопасности и правилами использования оборудования;
 - в) попросить одноклассника всё настроить.

Ответ: б

- При планировании лабораторной работы над медиапроектом первым шагом является:
 - а) выбор камеры и софта;
 - б) постановка цели, определение аудитории и KPI проекта;
 - в) поиск референсов без учёта задачи.

Ответ: б

- В медиалаборатории распределение ролей в команде нужно фиксировать:
 - а) «на словах», чтобы не тратить время;
 - б) в документе (бриф, дорожная карта, таблица ролей) с зонами ответственности;
 - в) только в чате, без структурирования.

Ответ: б

- Для учёта сроков и этапов лабораторной работы оптимально использовать:
 - а) личные заметки без синхронизации;

- б) таск-трекер или календарно-сетевой план с вехами;
- в) полагаться на память команды.

Ответ: б

- При работе с дорогостоящим оборудованием в лаборатории ответственность несёт:

- а) только лаборант;
- б) пользователь, указанный в журнале выдачи, и руководитель группы;
- в) вся группа без разграничения.

Ответ: б

- Если оборудование в лаборатории не работает, следует:

- а) пытаться чинить самостоятельно;
- б) зафиксировать проблему, сообщить лаборанту/куратору, не разбирать устройство;
- в) взять другое без уведомления.

Ответ: б

- Резервное копирование материалов лабораторной работы нужно делать:

- а) один раз в конце семестра;
- б) регулярно, на нескольких носителях/в облаке, по регламенту лаборатории;
- в) не делать, если файлы хранятся в облаке.

Ответ: б

- При привлечении внешних участников (моделей, спикеров) в лабораторный проект нужно:

- а) снимать без согласования;
- б) получить письменное согласие на съёмку и использование материалов;
- в) достаточно устного согласия.

Ответ: б

- Бюджет лабораторной работы включает:

- а) только расходники;
- б) оборудование (аренда/использование), расходники, логистику, резервный фонд;
- в) только оплату работы команды.

Ответ: б

- Итоговый отчёт по лабораторной работе должен содержать:

- а) список использованных программ;
- б) цель, этапы, результаты, проблемы и выводы для следующих проектов;
- в) только смонтированный продукт без пояснений.

Ответ: б

ПК-2 2 СЕМЕСТР

- Для качественной записи голоса в лаборатории используют:

- а) встроенный микрофон камеры;
- б) направленный микрофон (пушка) или петличку с рекордером;

в) любой доступный микрофон без настройки уровня.

Ответ: б

• Трёхточечное освещение в фото- и видеосъёмке включает:

- а) только основной источник;
- б) ключевой, заполняющий и контровой свет;
- в) верхний, нижний и боковой свет.

Ответ: б

• При съёмке в помещении с естественным светом оптимально:

- а) снимать против окна без коррекции;
- б) использовать отражатель/софтбокс и контролировать экспозицию;
- в) полностью выключить свет и снимать только от окна.

Ответ: б

• Цветокоррекцию в лаборатории выполняют:

- а) на глаз без референсов;
- б) по референсу, с учётом условий съёмки и стиля проекта;
- в) всегда в «кинематографичном» стиле независимо от задачи.

Ответ: б

• Для монтажа видео в профессиональной лаборатории применяют:

- а) мобильные приложения;
- б) Adobe Premiere Pro, DaVinci Resolve, Final Cut Pro;
- в) любые бесплатные онлайн-редакторы.

Ответ: б

• При работе с графикой и макетами для печати используют:

- а) RGB без конвертации;
- б) CMYK с учётом профилей и требований типографии;
- в) любую цветовую модель, главное — яркость.

Ответ: б

• Для записи подкаста в лаборатории важно:

- а) выбрать самое шумное помещение;
- б) обеспечить звукоизоляцию, использовать поп-фильтр и контролировать уровень сигнала;
- в) записывать в наушниках без контроля уровня.

Ответ: б

• При создании 2D-анимации в лаборатории чаще всего используют:

- а) текстовые редакторы;
- б) Adobe After Effects, Toon Boom, Adobe Animate;
- в) программы для 3D-моделирования.

Ответ: б

• Для цветопробы и контроля качества в лаборатории используют:

- а) обычный монитор без калибровки;
- б) откалиброванный монитор и, при необходимости, печать проб;

в) только мобильные устройства.

Ответ: б

- При экспорте медиапродукта для публикации нужно учитывать:
 - а) максимальный битрейт без ограничений;
 - б) требования платформы (разрешение, кодек, битрейт, формат);
 - в) сохранять в «родном» формате проекта.

Ответ: б

ПК-3 2 СЕМЕСТР

- Первым этапом при разработке концепции лабораторного проекта является:
 - а) подбор оборудования;
 - б) анализ брифа, целей и аудитории;
 - в) выбор референсов.

Ответ: б

- Целевая аудитория медиапродукта определяется через:
 - а) предположения без данных;
 - б) портреты пользователей, сегментацию и поведенческие данные;
 - в) усреднённый образ «всех людей».

Ответ: б

- Драматургическая структура в лабораторном медиапроекте нужна для:
 - а) формального соблюдения правил;
 - б) удержания внимания и логичного раскрытия смыслов;
 - в) увеличения хронометража.

Ответ: б

- Референсы в концепции используют для:
 - а) копирования чужих работ;
 - б) согласования визуального и смыслового направления;
 - в) заполнения презентации.

Ответ: б

- Пользовательский путь (user journey) проектируют, чтобы:
 - а) усложнить интерфейс;
 - б) обеспечить логичную навигацию и достижение целевого действия;
 - в) соответствовать модным UX-трендам.

Ответ: б

- KPI для лабораторного медиапроекта должны быть:
 - а) любыми, лишь бы их было много;
 - б) измеримыми и напрямую связанными с целями;
 - в) максимально амбициозными без обоснования.

Ответ: б

- При анализе платформы публикации учитывают:
 - а) только внешний вид интерфейса;
 - б) технические ограничения, форматы, алгоритмы и поведение аудитории;
 - в) мнение одного эксперта.

Ответ: б

- Для проверки гипотез концепции в лаборатории применяют:
 - а) исключительно интуицию;
 - б) прототипы, фокус-группы, опросы;
 - в) копирование успешных проектов.

Ответ: б

- Этические и правовые аспекты в концепции включают:
 - а) игнорирование авторских прав;
 - б) проверку лицензий, согласий и соблюдения законодательства;
 - в) полагаться на «общедоступность» материалов.

Ответ: б

- Концепция лабораторного проекта должна включать:
 - а) только синопсис;
 - б) цель, аудиторию, формат, структуру, референсы и критерии приёмки;
 - в) финальные макеты без обоснования.

Ответ: б

ПК-4 2 СЕМЕСТР

- При подготовке к съёмкам в лаборатории первым шагом является:
 - а) включить камеру;
 - б) составить план съёмки, раскадровку и чек-лист оборудования;
 - в) начать снимать без подготовки.

Ответ: б

- Для синхронизации звука и видео при многокамерной съёмке используют:
 - а) хлопушку (clapperboard) и единый таймкод;
 - б) полагаться на слух;
 - в) синхронизировать только на монтаже «на глаз».

Ответ: а

- Цветовые профили и баланс белого при съёмке нужно:
 - а) игнорировать;
 - б) настраивать до начала съёмки и фиксировать в метаданных;
 - в) исправлять только на цветокоррекции.

Ответ: б

- При работе с текстом в видео (титры, субтитры) важно:
 - а) использовать любые шрифты без проверки читаемости;
 - б) учитывать читаемость на мобильных, контрастность и соответствие стилю;
 - в) делать титры максимально мелкими.

Ответ: б

- Для контроля качества на этапе продакшна используют:
 - а) полагаться на ощущения;
 - б) чек-листы, контрольные точки и промежуточные просмотры;
 - в) проверять только в финале.

Ответ: б

- При экспорте материалов для постпродакшна важно:
 - а) сохранять в максимальном сжатии;
 - б) выбирать промежуточный формат с минимальным сжатием (ProRes и аналоги);
 - в) экспортировать сразу в финальный формат.

Ответ: б

- На этапе постпродакшна порядок действий обычно такой:
 - а) сразу цветокоррекция без организации проекта;
 - б) организация проекта, черновой монтаж, звук, цветокоррекция, эффекты, экспорт;
 - в) сначала добавить все эффекты, потом монтировать.

Ответ: б

- При работе со стоковыми материалами нужно:
 - а) брать любые материалы без проверки лицензии;
 - б) проверять тип лицензии, ограничения и условия использования;
 - в) использовать только бесплатные материалы без условий.

Ответ: б

- Для публикации в соцсетях видео оптимизируют:
 - а) сохраняя исходные параметры;
 - б) под требования платформы (соотношение сторон, битрейт, длительность);
 - в) делая максимально тяжёлым для «качества».

Ответ: б

- Финальная проверка медиапродукта включает:
 - а) один просмотр без критериев;
 - б) сверку с брифом, чек-листом и тестовым просмотром на разных устройствах;
 - в) доверять только мнению руководителя.

Ответ: б

ПК-5 2 СЕМЕСТР

- Качество медиапродукта оценивают по:
 - а) количеству лайков;

- б) соответствии целям, техническим стандартам и пользовательскому опыту;
- в) личным ощущениям команды.

Ответ: б

- Метрики эффективности должны:
 - а) отражать любые доступные данные;
 - б) быть привязаны к целям проекта и измеримы;
 - в) выбираться по принципу «чем больше, тем лучше».

Ответ: б

- Для анализа пользовательского поведения используют:
 - а) только комментарии;
 - б) веб-аналитику, тепловые карты, воронки, опросы;
 - в) предположения.

Ответ: б

- При оценке качества видео учитывают:
 - а) только хронометраж;
 - б) разрешение, битрейт, цветопередачу, звук и композицию;
 - в) количество спецэффектов.

Ответ: б

- Эффективность интерактивных элементов проверяют через:
 - а) субъективные мнения;
 - б) клики, время взаимодействия, конверсии, обратную связь;
 - в) сравнение с другими проектами без контекста.

Ответ: б

- При анализе обратной связи аудитории важно:
 - а) реагировать только на позитивные отзывы;
 - б) классифицировать по типам и выявлять повторяющиеся паттерны;
 - в) удалять негативные комментарии.

Ответ: б

- A/B-тестирование применяют для:
 - а) создания большего количества контента;
 - б) сравнения вариантов и выбора более эффективного;
 - в) формального отчёта.

Ответ: б

- Оценка соответствия этическим и правовым нормам включает:
 - а) игнорирование авторских прав;
 - б) проверку лицензий, согласий, маркировки и законодательства;
 - в) полагаться на общедоступность материалов.

Ответ: б

- Пострелизный анализ нужен для:
 - а) закрытия задачи без выводов;
 - б) фиксации результатов, отклонений и рекомендаций;

в) подготовки наградных документов.

Ответ: б

- Комплексная оценка продукта предполагает:

- а) оценку по одному критерию;

- б) сочетание количественных метрик, качественных оценок и пользовательских инсайтов;

- в) опору на мнение одного эксперта.

Ответ: б

ПК-7 2 СЕМЕСТР

- Эффективная коммуникация в лабораторной команде строится на:

- а) личных сообщениях без структуры;

- б) чётких каналах, протоколах встреч и фиксации решений;

- в) полном отсутствии регламентов.

Ответ: б

- При распределении задач в команде оптимально:

- а) назначать без учёта компетенций;

- б) учитывать навыки, нагрузку и зоны ответственности;

- в) делегировать всё одному человеку.

Ответ: б

- Конфликты в команде лучше всего решать через:

- а) избегание обсуждения;

- б) открытый диалог, фиксацию проблемы и поиск решения;

- в) обращение к руководству без попытки договориться.

Ответ: б

- Обратная связь в команде должна быть:

- а) общей и эмоциональной;

- б) конкретной, с примерами и предложениями;

- в) исключительно положительной.

Ответ: б

- При совместной работе над файлами используют:

- а) пересылку по почте без версий;

- б) общие папки/облака с контролем версий и комментариями;

- в) хранить файлы только у одного участника.

Ответ: б

- Регулярные статусы в команде нужны для:

- а) формальности;

- б) контроля сроков, рисков и синхронизации;

- в) увеличения количества встреч.

Ответ: б

- При взаимодействии с внешними экспертами важно:

- а) не фиксировать договорённости;
- б) оформлять бриф, ТЗ и критерии приёмки;
- в) полагаться только на устные обещания.

Ответ: б

- Документирование процесса в лаборатории нужно для:

- а) отчётности «для галочки»;
- б) передачи знаний, анализа ошибок и масштабирования опыта;
- в) хранения в закрытом доступе без использования.

Ответ: б

- Навыки презентации результатов проекта включают:

- а) чтение текста со слайдов;
- б) чёткие тезисы, примеры, демонстрацию продукта и ответы на вопросы;
- в) рассказывать только про процесс без итогов.

Ответ: б

- Культура профессиональной среды в лаборатории предполагает:

- а) пренебрежение регламентами;
- б) уважение к оборудованию, коллегам и срокам;
- в) индивидуальный подход без учёта общих правил.

Ответ: б

ПК-1 3 СЕМЕСТР

- При запуске комплексного медиапроекта первым шагом является:

- а) подбор команды без учёта задач;
- б) определение цели, KPI, бюджета и рисков;
- в) сразу начинать производство.

Ответ: б

- Критический путь проекта — это:

- а) все задачи подряд;
- б) последовательность задач, определяющая минимальную длительность проекта;
- в) только творческие этапы.

Ответ: б

- Бюджет проекта должен включать:

- а) только гонорары;
- б) гонорары, оборудование, лицензии, логистику и резерв на риски;
- в) только стоимость продакшна.

Ответ: б

- Риск-менеджмент предполагает:

- а) игнорирование рисков;

- б) идентификацию, оценку и планирование мер реагирования;
- в) перекладывание всех рисков на подрядчиков.

Ответ: б

- При работе с подрядчиками важно:
 - а) устные договорённости;
 - б) бриф, ТЗ, договор, критерии приёмки и этапы;
 - в) передавать задачи через личные сообщения.

Ответ: б

- Контроль сроков осуществляется через:
 - а) интуицию;
 - б) календарно-сетевой план, вехи и регулярные статусы;
 - в) один финальный дедлайн.

Ответ: б

- Коммуникация в распределённой команде эффективнее через:
 - а) единственный канал;
 - б) комбинацию инструментов и чёткие правила;
 - в) отсутствие регламентов.

Ответ: б

- При изменении требований заказчика нужно:
 - а) молча вносить правки;
 - б) зафиксировать изменения и оценить влияние на сроки/бюджет;
 - в) отказать без обсуждения.

Ответ: б

- Итоговый отчёт должен содержать:
 - а) только список выполненных задач;
 - б) цели, результаты, отклонения, уроки и рекомендации;
 - в) только финансовые документы.

Ответ: б

- Управление ресурсами в проекте включает:
 - а) произвольное распределение;
 - б) планирование загрузки, резервирование и контроль расходования;
 - в) полагаться на самоорганизацию команды.

Ответ: б

ПК-2 — 10 вопросов

1. Для многокамерной съёмки в полевых условиях оптимально:
а) снимать одной камерой и монтировать «под многокамерность»;
б) использовать несколько камер с синхронизацией по таймкоду и хлопушке;
в) снимать последовательно разными камерами без синхронизации.
Ответ: б
2. Какой кодек лучше выбрать для промежуточного хранения видеоматериалов без сильных потерь качества?
а) H.264 с низким битрейтом;
б) ProRes или DNxHR;
в) MPEG-2.
Ответ: б
3. При съёмке репортажа в шумной локации приоритет следует отдавать:
а) максимальному разрешению видео, даже если звук будет плохим;
б) качественной записи звука (направленный микрофон, контроль уровней) и удобочитаемой картинке;
в) использованию только встроенного микрофона камеры.
Ответ: б
4. Для цветокоррекции в профессиональном продакшне чаще всего используют:
а) фильтры мобильного приложения;
б) DaVinci Resolve с применением LUT и кривых;
в) автоматическую коррекцию в плеере.
Ответ: б
5. При работе с хромакеем критически важно:
а) просто снять на зелёном фоне без дополнительных настроек;
б) обеспечить равномерное освещение фона, контролировать экспозицию и избегать теней/бликов;
в) использовать любой яркий цвет фона, главное — контраст.
Ответ: б
6. Какой формат лучше использовать для передачи исходных аудиодорожек между звукорежиссёром и монтажером?
а) MP3 с максимальным сжатием;
б) WAV или FLAC без потерь;
в) AAC для экономии места.
Ответ: б
7. Для создания графики и титров в профессиональном видео чаще применяют:
а) встроенные титровальные инструменты простого видеоредактора;
б) Adobe After Effects или специализированные плагины;
в) текстовые заметки, которые накладывают как картинки.
Ответ: б
8. При съёмке интервью в студии важно:
а) ставить свет только сверху, чтобы «было светлее»;
б) выстраивать трёхточечную схему, контролировать тени на лице и баланс белого;
в) полностью полагаться на естественное освещение из окна.
Ответ: б
9. Для архивирования исходных материалов проекта (RAW-фото, исходники видео, аудио) оптимально:
а) сжимать всё в ZIP без учёта структуры;
б) сохранять исходные форматы, структурировать папки, делать контрольные суммы

- и дублировать на 2 носителях;
- в) хранить только финальные версии, удаляя исходники.

Ответ: б

10. При экспорте видео для ТВ-вещания учитывают:

- а) любые параметры, лишь бы файл открывался;
- б) стандарты вещателя (разрешение, битрейт, цветовые профили, уровни громкости);
- в) параметры, подходящие только для YouTube.

Ответ: б

ПК-3 3 СЕМЕСТР

- При анализе брифа заказчика в первую очередь определяют:

- а) какие референсы нравятся клиенту;
- б) цели проекта, целевую аудиторию, КРІ и ограничения;
- в) какие инструменты и софт предпочитает команда.

Ответ: б

- Для сегментации целевой аудитории медиапроекта используют:

- а) только возраст и пол;
- б) демографические, поведенческие и психографические параметры;
- в) интуитивные предположения команды.

Ответ: б

- Пользовательский путь (user journey) в мультимедийном продукте проектируют для:

- а) усложнения интерфейса;
- б) логичной навигации и достижения целевого действия;
- в) соответствия модным UX-трендам.

Ответ: б

- Драматургическая структура в документальном репортаже нужна, чтобы:

- а) искусственно «растянуть» хронометраж;
- б) удерживать внимание зрителя и последовательно раскрывать тему;
- в) добавить художественные сцены, не связанные с темой.

Ответ: б

- Референсы в концепции проекта используют, чтобы:

- а) скопировать чужие работы;
- б) согласовать визуальный и смысловой вектор с заказчиком;
- в) заполнить презентацию «для объёма».

Ответ: б

- При выборе формата публикации (соцсеть, сайт, ТВ) ключевым фактором является:

- а) личные предпочтения продюсера;
- б) соответствие формата задаче, аудитории и техническим требованиям платформы;
- в) популярность формата у конкурентов.

Ответ: б

- Для проверки гипотез концепции на ранних этапах применяют:

- а) интуицию и опыт команды;
- б) прототипы, фокус-группы, опросы, А/В-тесты;
- в) анализ только успешных кейсов без проверки.

Ответ: б

- Этические и правовые аспекты концепции включают:

- а) игнорирование авторских прав, если проект некоммерческий;
- б) проверку лицензий, согласий, маркировки и законодательства;
- в) полагаться на «общедоступность» материалов.

Ответ: б

- КРІ для медиапроекта должны быть:

- а) любыми, лишь бы их было много;
- б) измеримыми, привязанными к целям и реалистичными;
- в) максимально амбициозными без обоснования.

Ответ: б

- Концепция комплексного медиапроекта должна включать:

- а) только синопсис и референсы;
- б) цель, аудиторию, формат, структуру, драматургию, платформу, КРІ, критерии приёмки;
- в) финальные макеты без пояснений.

Ответ: б

ПК-4 3 СЕМЕСТР

- Перед началом съёмок в экспедиции первым шагом является:

- а) сразу выезжать на локацию;
- б) подготовить бриф, раскадровку, чек-лист оборудования и план логистики;
- в) ждать, пока всё соберёт ассистент.

Ответ: б

- При работе с внешними подрядчиками (фрилансеры, студии) важно:

- а) полагаться на устные договорённости;
- б) оформить ТЗ, договор, критерии приёмки и этапы;
- в) передавать задачи через личные сообщения без фиксации.

Ответ: б

- Для контроля качества на этапе продакшна используют:

- а) полагаться на ощущения;
- б) чек-листы, контрольные точки и промежуточные просмотры;
- в) проверять только в финале.

Ответ: б

- При организации многокамерной съёмки на мероприятии критически важно:
 - а) дать операторам полную свободу без координации;
 - б) назначить координатора, распределить зоны съёмки и договориться о сигналах;
 - в) пусть каждый снимает то, что считает интересным.

Ответ: б

- Для синхронизации звука и видео при работе с несколькими камерами используют:
 - а) хлопушку и единый таймкод;
 - б) полагаться на слух;
 - в) синхронизировать «на глаз» при монтаже.

Ответ: а

- На этапе постпродакшна порядок действий обычно такой:
 - а) сначала добавить все эффекты, потом монтировать;
 - б) организация проекта, черновой монтаж, работа со звуком, цветокоррекция, эффекты, экспорт;
 - в) сразу цветокоррекция без организации.

Ответ: б

- При работе со стоковыми материалами нужно:
 - а) брать любые материалы без проверки лицензии;
 - б) проверять тип лицензии, ограничения и условия использования;
 - в) использовать только бесплатные материалы без условий.

Ответ: б

- Для публикации в соцсетях видео оптимизируют:
 - а) сохраняя исходные параметры;
 - б) под требования платформы (соотношение сторон, битрейт, длительность);
 - в) делая максимально тяжёлым для «качества».

Ответ: б

- При подготовке титров и субтитров важно:
 - а) использовать любые шрифты без проверки читаемости;
 - б) учитывать читаемость на мобильных, контрастность и соответствие стилю;
 - в) делать титры максимально мелкими.

Ответ: б

- Финальная проверка медиапродукта включает:
 - а) один просмотр без критериев;
 - б) сверку с брифом, чек-листом и тестовый просмотр на разных устройствах;
 - в) доверять только мнению руководителя.

Ответ: б

ПК-5 3 СЕМЕСТР

1. Качество медиапродукта оценивают по:
 - а) количеству лайков;

- б) соответствии целям, техническим стандартам и пользовательскому опыту;
- в) личным ощущениям команды.

Ответ: б

2. Метрики эффективности должны:

- а) отражать любые доступные данные;
- б) быть привязаны к целям проекта и измеримы;
- в) выбираться по принципу «чем больше, тем лучше».

Ответ: б

3. Для анализа пользовательского поведения используют:

- а) только комментарии;
- б) веб-аналитику, тепловые карты, воронки, опросы;
- в) предположения.

Ответ: б

4. При оценке качества видео учитывают:

- а) только хронометраж;
- б) разрешение, битрейт, цветопередачу, звук и композицию;
- в) количество спецэффектов.

Ответ: б

5. Эффективность интерактивных элементов проверяют через:

- а) субъективные мнения;
- б) клики, время взаимодействия, конверсии, обратную связь;
- в) сравнение с другими проектами без контекста.

Ответ: б

6. При анализе обратной связи аудитории важно:

- а) реагировать только на позитивные отзывы;
- б) классифицировать по типам и выявлять повторяющиеся паттерны;
- в) удалять негативные комментарии.

Ответ: в

7. А/В-тестирование применяют для:

- а) создания большего количества контента;
- б) сравнения вариантов и выбора более эффективного;
- в) формального отчёта.

Ответ: б

8. Оценка соответствия этическим и правовым нормам включает:

- а) игнорирование авторских прав;
- б) проверку лицензий, согласий, маркировки и законодательства;
- в) полагаться на общедоступность материалов.

Ответ: б

9. Пострелизный анализ нужен для:

- а) закрытия задачи без выводов;
- б) фиксации результатов, отклонений и рекомендаций;
- в) подготовки наградных документов.

Ответ: б

10. Комплексная оценка продукта предполагает:

- а) оценку по одному критерию;
- б) сочетание количественных метрик, качественных оценок и пользовательских инсайтов;
- в) опору на мнение одного эксперта.

Ответ: б

ПК-7
3 СЕМЕСТР

- Эффективная коммуникация в команде строится на:
 - а) личных сообщениях без структуры;
 - б) чётких каналах, протоколах встреч и фиксации решений;
 - в) полном отсутствии регламентов.

Ответ: б

- При распределении задач в команде оптимально:
 - а) назначать без учёта компетенций;
 - б) учитывать навыки, нагрузку и зоны ответственности;
 - в) делегировать всё одному человеку.

Ответ: б

- Конфликты в команде лучше всего решать через:
 - а) избегание обсуждения;
 - б) открытый диалог, фиксацию проблемы и поиск решения;
 - в) обращение к руководству без попытки договориться.

Ответ: б

- Обратная связь в команде должна быть:
 - а) общей и эмоциональной;
 - б) конкретной, с примерами и предложениями;
 - в) исключительно положительной.

Ответ: б

- При совместной работе над файлами используют:
 - а) пересылку по почте без версий;
 - б) общие папки/облака с контролем версий и комментариями;
 - в) хранить файлы только у одного участника.

Ответ: б

- Регулярные статусы в команде нужны для:
 - а) формальности;
 - б) контроля сроков, рисков и синхронизации;
 - в) увеличения количества встреч.

Ответ: б

- При взаимодействии с внешними экспертами важно:
 - а) не фиксировать договорённости;
 - б) оформлять бриф, ТЗ и критерии приёмки;
 - в) полагаться только на устные обещания.

Ответ: б

- Документирование процесса в лаборатории нужно для:
 - а) отчётности «для галочки»;
 - б) передачи знаний, анализа ошибок и масштабирования опыта;

в) хранения в закрытом доступе без использования.

Ответ: б

• Навыки презентации результатов проекта включают:

- а) чтение текста со слайдов;
- б) чёткие тезисы, примеры, демонстрацию продукта и ответы на вопросы;
- в) рассказывать только про процесс без итогов.

Ответ: б

• Культура профессиональной среды в лаборатории предполагает:

- а) пренебрежение регламентами;
- б) уважение к оборудованию, коллегам и срокам;
- в) индивидуальный подход без учёта общих правил.

Ответ: б

ПК-1 4 СЕМЕСТР

• На этапе инициации крупного медиапроекта в первую очередь необходимо:

- а) сразу приступить к съёмкам, чтобы не терять время;
- б) сформулировать цель, целевую аудиторию и ключевые метрики успеха;
- в) выбрать финальную платформу публикации без анализа задач.

Ответ: б

• Критический путь в планировании проекта — это:

- а) список всех задач подряд без приоритизации;
- б) последовательность задач, определяющая минимальную длительность проекта;
- в) только творческие этапы, без учёта технических и административных.

Ответ: б

• Бюджет медиапроекта должен включать:

- а) только гонорары команде;
- б) гонорары, оборудование, лицензии, логистику, резервы на риски;
- в) исключительно стоимость продакшна без постпродакшна.

Ответ: б

• Риск-менеджмент в проекте предполагает:

- а) игнорирование рисков ради скорости;
- б) идентификацию, оценку вероятности и влияния, планирование мер реагирования;
- в) перекладывание всех рисков на подрядчиков без фиксации.

Ответ: б

• При работе с внешними подрядчиками важно:

- а) полагаться на устные договорённости;
- б) оформить бриф, ТЗ, договор, критерии приёмки и этапы;

в) передавать задачи через личные сообщения без фиксации.

Ответ: б

• Для контроля сроков используют:

- а) интуицию и неформальные напоминания;
- б) календарно-сетевой план, вехи, регулярные статусы и корректировки;
- в) один финальный дедлайн без промежуточных точек.

Ответ: б

• Коммуникация в распределённой команде эффективнее всего строится через:

- а) единственный канал (например, только чат);
- б) комбинацию инструментов (таск-трекер, календарь, чат, видео), чёткие правила и протоколы;
- в) полное отсутствие регламентов ради «гибкости».

Ответ: б

• При изменении требований заказчика в середине проекта продюсеру следует:

- а) молча вносить все правки, не фиксируя изменений;
- б) зафиксировать изменения, оценить влияние на сроки/бюджет и согласовать корректировки;
- в) отказать без обсуждения.

Ответ: б

• Итоговый отчёт по проекту должен содержать:

- а) только список выполненных задач без анализа;
- б) цели, результаты, отклонения, уроки и рекомендации для будущих проектов;
- в) исключительно финансовые документы без выводов.

Ответ: б

• Управление ресурсами в проекте включает:

- а) произвольное распределение;
- б) планирование загрузки, резервирование и контроль расходования;
- в) полагаться на самоорганизацию команды.

Ответ: б

ПК-2 4 СЕМЕСТР

• Для съёмки в условиях низкой освещённости лучше использовать:

- а) максимальное разрешение и низкий ISO;
- б) оптимальные параметры экспозиции, более светосильную оптику и умеренный ISO;
- в) автоматический режим без контроля параметров.

Ответ: б

• При работе с несколькими источниками света в студии важно:

- а) включать всё сразу на максимальную мощность;
- б) настраивать каждый источник отдельно, контролировать тени и баланс цветовой

температуры;

в) ориентироваться только на показания люксметра без учёта картинки.

Ответ: б

• Для передачи исходных видеоматериалов между отделами оптимально использовать:

а) сильно сжатые файлы в мессенджере;

б) промежуточные кодеки (ProRes, DNxHR) на сетевом хранилище или через файлообменник с контролем целостности;

в) любые доступные форматы без учёта потерь.

Ответ: б

• При цветокоррекции для кинопоказа важно:

а) делать картинку максимально яркой и насыщенной;

б) соблюдать стандарты цветопередачи (Rec.709/Rec.2020), контролировать уровни и согласовывать с колористом;

в) полагаться на цветокоррекцию «по вкусу» без референсов.

Ответ: б

• Для работы со звуком в многоканальной среде (5.1, Dolby Atmos) используют:

а) простые стереодорожки без маршрутизации;

б) DAW с маршрутизацией, панорамированием и пространственной обработкой;

в) мобильные приложения без контроля уровней.

Ответ: б

• При создании графики для VR/AR-контента учитывают:

а) обычные 2D-параметры без учёта перспективы;

б) 3D-геометрию, UV-развёртку, оптимизацию полигонажа и текстур;

в) любые красивые изображения без оптимизации.

Ответ: б

• Для съёмки динамичных сцен (спорт, экшен) оптимальны:

а) низкие значения выдержки и высокая частота кадров;

б) высокая выдержка и низкая частота кадров;

в) автоматический режим без контроля параметров.

Ответ: а

• При работе с хромакеем критически важно:

а) просто снять на зелёном фоне без дополнительных настроек;

б) обеспечить равномерное освещение фона, контролировать экспозицию и избегать теней/бликов;

в) использовать любой яркий цвет фона, главное — контраст.

Ответ: б

• Для передачи исходных аудиодорожек между звукорежиссёром и монтажёром лучше использовать:

а) MP3 с максимальным сжатием;

б) WAV или FLAC без потерь;

в) AAC для экономии места.

Ответ: б

- При экспорте видео для кинотеатрального показа учитывают:
 - а) любые параметры, лишь бы файл открывался;
 - б) стандарты DCP (разрешение, кодек, цветовое пространство, уровни громкости);
 - в) параметры, подходящие только для YouTube.

Ответ: б

ПК-3 4 СЕМЕСТР

- При анализе брифа крупного медиапроекта в первую очередь определяют:
 - а) какие референсы нравятся заказчику;
 - б) цели проекта, целевую аудиторию, KPI и ограничения;
 - в) какие инструменты и софт предпочитает команда.

Ответ: б

- Для сегментации целевой аудитории в кроссплатформенном проекте используют:
 - а) только возраст и пол;
 - б) демографические, поведенческие и психографические параметры;
 - в) интуитивные предположения команды.

Ответ: б

- Пользовательский путь (user journey) в мультимедийном продукте проектируют для:
 - а) усложнения интерфейса;
 - б) логичной навигации и достижения целевого действия;
 - в) соответствия модным UX-трендам.

Ответ: б

- Драматургическая структура в документальном лонгриде нужна, чтобы:
 - а) искусственно «растянуть» хронометраж;
 - б) удерживать внимание зрителя и последовательно раскрывать тему;
 - в) добавить художественные сцены, не связанные с темой.

Ответ: б

- Референсы в концепции проекта используют, чтобы:
 - а) скопировать чужие работы;
 - б) согласовать визуальный и смысловой вектор с заказчиком;
 - в) заполнить презентацию «для объёма».

Ответ: б

- При выборе формата публикации (соцсеть, сайт, ТВ, стриминг) ключевым фактором является:
 - а) личные предпочтения продюсера;
 - б) соответствие формата задаче, аудитории и техническим требованиям платформы;
 - в) популярность формата у конкурентов.

Ответ: б

- Для проверки гипотез концепции на ранних этапах применяют:

- а) интуицию и опыт команды;
- б) прототипы, фокус-группы, опросы, А/В-тесты;
- в) анализ только успешных кейсов без проверки.

Ответ: б

- Этические и правовые аспекты концепции включают:

- а) игнорирование авторских прав, если проект некоммерческий;
- б) проверку лицензий, согласий, маркировки и законодательства;
- в) полагаться на «общедоступность» материалов.

Ответ: б

- КРІ для медиапроекта должны быть:

- а) любыми, лишь бы их было много;
- б) измеримыми, привязанными к целям и реалистичными;
- в) максимально амбициозными без обоснования.

Ответ: б

- Концепция комплексного медиапроекта должна включать:

- а) только синопсис и референсы;
- б) цель, аудиторию, формат, структуру, драматургию, платформу, КРІ, критерии приёмки;
- в) финальные макеты без пояснений.

Ответ: б

ПК-4 4 СЕМЕСТР

- Перед началом съёмок в экспедиции первым шагом является:

- а) сразу выезжать на локацию;
- б) подготовить бриф, раскадровку, чек-лист оборудования и план логистики;
- в) ждать, пока всё соберёт ассистент.

Ответ: б

- При работе с внешними подрядчиками (фрилансеры, студии) важно:

- а) полагаться на устные договорённости;
- б) оформить ТЗ, договор, критерии приёмки и этапы;
- в) передавать задачи через личные сообщения без фиксации.

Ответ: б

- Для контроля качества на этапе продакшна используют:

- а) полагаться на ощущения;
- б) чек-листы, контрольные точки и промежуточные просмотры;
- в) проверять только в финале.

Ответ: б

- При организации многокамерной съёмки на мероприятии критически важно:

- а) дать операторам полную свободу без координации;
- б) назначить координатора, распределить зоны съёмки и договориться о сигналах;

в) пусть каждый снимает то, что считает интересным.

Ответ: б

• Для синхронизации звука и видео при работе с несколькими камерами используют:

- а) хлопушку и единый таймкод;
- б) полагаться на слух;
- в) синхронизировать «на глаз» при монтаже.

Ответ: а

• На этапе постпродакшна порядок действий обычно такой:

- а) сначала добавить все эффекты, потом монтировать;
- б) организация проекта, черновой монтаж, работа со звуком, цветокоррекция, эффекты, экспорт;
- в) сразу цветокоррекция без организации.

Ответ: б

• При работе со стоковыми материалами нужно:

- а) брать любые материалы без проверки лицензии;
- б) проверять тип лицензии, ограничения и условия использования;
- в) использовать только бесплатные материалы без условий.

Ответ: б

• Для публикации в соцсетях видео оптимизируют:

- а) сохраняя исходные параметры;
- б) под требования платформы (соотношение сторон, битрейт, длительность);
- в) делая максимально тяжёлым для «качества».

Ответ: б

• При подготовке титров и субтитров важно:

- а) использовать любые шрифты без проверки читаемости;
- б) учитывать читаемость на мобильных, контрастность и соответствие стилю;
- в) делать титры максимально мелкими.

Ответ: б

• Финальная проверка медиапродукта включает:

- а) один просмотр без критериев;
- б) сверку с брифом, чек-листом и тестовый просмотр на разных устройствах;
- в) доверять только мнению руководителя.

Ответ: б

ПК-5 4 СЕМЕСТР

• Качество медиапродукта оценивают по:

- а) количеству лайков;
- б) соответствию целям, техническим стандартам и пользовательскому опыту;

в) личным ощущениям команды.

Ответ: б

• Метрики эффективности должны:

- а) отражать любые доступные данные;
- б) быть привязаны к целям проекта и измеримы;
- в) выбираться по принципу «чем больше, тем лучше».

Ответ: б

• Для анализа пользовательского поведения используют:

- а) только комментарии;
- б) веб-аналитику, тепловые карты, воронки, опросы;
- в) предположения.

Ответ: б

• При оценке качества видео учитывают:

- а) только хронометраж;
- б) разрешение, битрейт, цветопередачу, звук и композицию;
- в) количество спецэффектов.

Ответ: б

• Эффективность интерактивных элементов проверяют через:

- а) субъективные мнения;
- б) клики, время взаимодействия, конверсии, обратную связь;
- в) сравнение с другими проектами без контекста.

Ответ: б

• При анализе обратной связи аудитории важно:

- а) реагировать только на позитивные отзывы;
- б) классифицировать по типам и выявлять повторяющиеся паттерны;
- в) удалять негативные комментарии.

Ответ: б

• А/В-тестирование применяют для:

- а) создания большего количества контента;
- б) сравнения вариантов и выбора более эффективного;
- в) формального отчёта.

Ответ: б

• Оценка соответствия этическим и правовым нормам включает:

- а) игнорирование авторских прав;
- б) проверку лицензий, согласий, маркировки и законодательства;
- в) полагаться на общедоступность материалов.

Ответ: б

• Пострелизный анализ нужен для:

- а) закрытия задачи без выводов;
- б) фиксации результатов, отклонений и рекомендаций;

в) подготовки наградных документов.

Ответ: б

- Комплексная оценка продукта предполагает:

а) оценку по одному критерию;

б) сочетание количественных метрик, качественных оценок и пользовательских инсайтов;

в) опору на мнение одного эксперта.

Ответ: б

ПК-7 4 СЕМЕСТР

- Эффективная коммуникация в команде строится на:

а) личных сообщениях без структуры;

б) чётких каналах, протоколах встреч и фиксации решений;

в) полном отсутствии регламентов.

Ответ: б

- При распределении задач в команде оптимально:

а) назначать без учёта компетенций;

б) учитывать навыки, нагрузку и зоны ответственности;

в) делегировать всё одному человеку.

Ответ: б

- Конфликты в команде лучше всего решать через:

а) избегание обсуждения;

б) открытый диалог, фиксацию проблемы и поиск решения;

в) обращение к руководству без попытки договориться.

Ответ: б

- Обратная связь в команде должна быть:

а) общей и эмоциональной;

б) конкретной, с примерами и предложениями;

в) исключительно положительной.

Ответ: б

- При совместной работе над файлами используют:

а) пересылку по почте без версий;

б) общие папки/облака с контролем версий и комментариями;

в) хранить файлы только у одного участника.

Ответ: б

- Регулярные статусы в команде нужны для:

а) формальности;

б) контроля сроков, рисков и синхронизации;

в) увеличения количества встреч.

Ответ: б

• При взаимодействии с внешними экспертами важно:

- а) не фиксировать договорённости;
- б) оформлять бриф, ТЗ и критерии приёмки;
- в) полагаться только на устные обещания.

Ответ: б

• Документирование процесса в лаборатории нужно для:

- а) отчётности «для галочки»;
- б) передачи знаний, анализа ошибок и масштабирования опыта;
- в) хранения в закрытом доступе без использования.

Ответ: б

• Навыки презентации результатов проекта включают:

- а) чтение текста со слайдов;
- б) чёткие тезисы, примеры, демонстрацию продукта и ответы на вопросы;
- в) рассказывать только про процесс без итогов.

Ответ: б

• Культура профессиональной среды в лаборатории предполагает:

- а) пренебрежение регламентами;
- б) уважение к оборудованию, коллегам и срокам;
- в) индивидуальный подход без учёта общих правил.

Ответ: б