

Рабочая программа дисциплины

Социальные проекты в медиа

<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-5
Профессиональные	-	ПК-6
Профессиональные	-	ПК-8
Профессиональные	-	ПК-9

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-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-6	Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации, учитывая тенденции развития отечественного и зарубежных медиарынков	ПК-6.1 Знает основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний ПК-6.2. Умеет планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства ПК-6.3. Владеет навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
ПК-8	Способен создавать, обрабатывать и осуществлять распространение информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных платформах	ПК-8.1. Знает основные этапы производственного процесса и технического процесса создания медиапроектов. ПК-8.2. Умеет создавать визуальный контент для медиасообщений различных жанров и форматов. ПК-8.3. Владеет навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом. ПК-8.4. использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространение (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории
ПК-9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов. ПК-9.2. Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами ПК-9.3 Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов.

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		
	- знать особенности создания мультимедийных проектов; - специфику отбора релевантной информации из доступных источников	- создавать медиатексты, планировать процесс создания медиапродукта - осуществлять распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение)	- навыками планировании и координировании процесса создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах
Код компетенции	ПК-2		
	- технологии подготовки медиатекста; - принципы работы современной редакции	- находить общественно значимую тему и рассматривать ее в контексте масштабной проблемы. - использовать при создании медиаконтента различные источники и методы получения информации	- навыками работы с применением современных редакционных технологий - методами верификации информации, способен отличать факт от мнения. - способен соблюдать на всех этапах работы над текстом этические нормы международных и отечественных профессиональных кодексов.
Код компетенции	ПК-5		
	- основы техники и технологии СМИ; - основы вычислительной техники и компьютерного дизайна; - редакционную	- работать в команде при разработке коллективных медиапроектов; - уметь готовить медиа-материал в соответствии с нормативами,	- навыками производства мультимедийного продукта; - навыками использования программных редакционных средств;

	структуру электронного СМИ	установленными редакцией (специфика электронного СМИ); - использовать редакционные технические средства при создании электронных продуктов	- создавать медиапроекты различной тематической направленности с использованием мультимедийных средств.
Код компетенции	ПК-6		
	- основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний	- планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства	- навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
Код компетенции	ПК-8		
	- знать основные этапы производственного процесса и технического процесса создания мультимедийных проектов	- создавать визуальный контент для журналистских и медиапродуктов	- навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом
Код компетенции	ПК-9		
	- существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов	- разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами	- навыками проектирования информационных и программных продуктов. - принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

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

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Творческие студии (практикум по профессиональному мастерству)», «Технология производства контента в новых медиа», «Создание и продюсирование рекламных проектов в медиа».

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 с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	4/144	4/144	4/144
Контактная работа:			
Занятия лекционного типа	20	4	2
Занятия семинарского типа	20	8	2
Промежуточная аттестация: <i>зачет, зачет с оценкой; экзамен</i>	27	9	9
Самостоятельная работа (СРС)	77	123	131

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						Самос тояте льная работ а
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практич еские занятия	Семи нары	Лабора торны е раб.	Иные занят ия	
1.	Теоретические основы социального проектирования	4			4			14
2.	Разработка социального проекта	4			4			16
3.	Оценка	4			4			16

	жизнеспособности проекта							
4.	Методология социального проектирования	4			4			16
5.	Методы и технологии социального проектирования, оценка последствий	4			4			15
	Промежуточная аттестация	27						
	Итого	20			20			77

6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практич еские занятия	Семи нары	Лабора торны е раб.	Иные занят ия	
1.	Теоретические основы социального проектирования	1			2			26
2.	Разработка социального проекта	1			2			26
3.	Оценка жизнеспособности проекта	1			2			24
4.	Методология социального проектирования	0,5			1			24
5.	Методы и технологии социального проектирования, оценка последствий	0,5			1			23
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	4			8			123

6.1.3. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)		
		Контактная работа		Самос тоятел
		Занятия	Занятия семинарского типа	

		лекционного типа						ьная работа
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практич еские занятия	Семи нары	Лабора торны е раб.	Иные занят ия	
1.	Теоретические основы социального проектирования	1						26
2.	Разработка социального проекта	1						26
3.	Оценка жизнеспособности проекта							26
4.	Методология социального проектирования				1			26
5.	Методы и технологии социального проектирования, оценка последствий				1			27
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	2			2			131

6.2 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.1.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Теоретические основы социального проектирования	Основы целеполагания при разработке проектов. Описание проблемного поля. Актуальность проекта. Новизна. Принципы конструирования и проектирования индивидуальных образовательных программ (проектов). Моделирование. Проектирование. Специфика написания социальных проектов, научно-исследовательских, проекты-конференции, проекты создания информационных систем. Трудности при проектировании.
2.	Разработка социального проекта	Этапы педагогического исследования. Актуальность и противоречия исследования. Определение актуальных направлений в современных социально-педагогических исследованиях. Цель и задачи исследования. Принципы формулировки цели исследования. Содержание цели. План исследования. Структура плана, содержание плана, определения сроков в планировании. Виды планирования исследовательской работы.
3.	Оценка жизнеспособности	Проектирование как функция управления. Основные категории системного анализа деятельности

	проекта	социального проектирования. Схема анализа полиструктурной системы социальной деятельности, механизмы действия. Роль и место социального проектирования в системе дошкольного образования. Проектирование социальной работы как инновационная деятельность.
4.	Методология социального проектирования	Классификация проектов. Основные понятия, принципы, история. История формирования, становления и развития социального проектирования. Философские традиции конструирования социального идеала: ценности, нормы, установки. Современные концепции социальнопроектной деятельности. Развитие проектной деятельности в дошкольном образовании.
5.	Методы и технологии социального проектирования, оценка последствий	Виды и типы проектов по характеру проектируемых изменений. Инновационные проекты. Типы проектов по направлениям деятельности. Типы проектов по масштабам, срокам реализации. Представление социального проектирования как научного исследования. Структура текстового описания проекта. Концепция проекта. Задачи и цели.

6.1.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Теоретические основы социального проектирования	Основы целеполагания при разработке проектов. Описание проблемного поля. Актуальность проекта. Новизна. Принципы конструирования и проектирования индивидуальных образовательных программ (проектов). Моделирование. Проектирование. Специфика написания социальных проектов, научно-исследовательских, проекты-конференции, проекты создания информационных систем. Трудности при проектировании.
2.	Разработка социального проекта	Этапы педагогического исследования. Актуальность и противоречия исследования. Определение актуальных направлений в современных социально-педагогических исследованиях. Цель и задачи исследования. Принципы формулировки цели исследования. Содержание цели. План исследования. Структура плана, содержание плана, определения сроков в планировании. Виды планирования исследовательской работы.
3.	Оценка жизнеспособности проекта	Проектирование как функция управления. Основные категории системного анализа деятельности социального проектирования. Схема анализа полиструктурной системы социальной деятельности, механизмы действия. Роль и место социального проектирования в системе дошкольного образования. Проектирование социальной работы как

		инновационная деятельность.
4.	Методология социального проектирования	Классификация проектов. Основные понятия, принципы, история. История формирования, становления и развития социального проектирования. Философские традиции конструирования социального идеала: ценности, нормы, установки. Современные концепции социальнопроектной деятельности. Развитие проектной деятельности в дошкольной организации.
5.	Методы и технологии социального проектирования, оценка последствий	Виды и типы проектов по характеру проектируемых изменений. Инновационные проекты. Типы проектов по направлениям деятельности. Типы проектов по масштабам, срокам реализации. Представление социального проектирования как научного исследования. Структура текстового описания проекта. Концепция проекта. Задачи и цели.

6.1.4. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Теоретические основы социального проектирования	Основы целеполагания при разработке проектов. Описание проблемного поля. Актуальность проекта. Новизна. Принципы конструирования и проектирования индивидуальных образовательных программ (проектов). Моделирование. Проектирование. Специфика написания социальных проектов, научно-исследовательских, проекты-конференции, проекты создания информационных систем. Трудности при проектировании.
2.	Разработка социального проекта	Этапы педагогического исследования. Актуальность и противоречия исследования. Определение актуальных направлений в современных социально-педагогических исследованиях. Цель и задачи исследования. Принципы формулировки цели исследования. Содержание цели. План исследования. Структура плана, содержание плана, определения сроков в планировании. Виды планирования исследовательской работы.
3.	Оценка жизнеспособности проекта	Проектирование как функция управления. Основные категории системного анализа деятельности социального проектирования. Схема анализа полиструктурной системы социальной деятельности, механизмы действия. Роль и место социального проектирования в системе дошкольного образования. Проектирование социальной работы как инновационная деятельность.
4.	Методология социального проектирования	Классификация проектов. Основные понятия, принципы, история. История формирования, становления и развития социального проектирования. Философские традиции конструирования социального

		идеала: ценности, нормы, установки. Современные концепции социально-проектной деятельности. Развитие проектной деятельности в дошкольной организации.
5.	Методы и технологии социального проектирования, оценка последствий	Виды и типы проектов по характеру проектируемых изменений. Инновационные проекты. Типы проектов по направлениям деятельности. Типы проектов по масштабам, срокам реализации. Представление социального проектирования как научного исследования. Структура текстового описания проекта. Концепция проекта. Задачи и цели.

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.	Теоретические основы социального проектирования	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект, задание к интерактивному занятию.
2.	Разработка социального проекта	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект, тестирование.
3.	Оценка жизнеспособности проекта	Опрос, проблемно-аналитическое задание, задание к интерактивному занятию, творческое задание.
4.	Методология социального проектирования	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект, информационный проект, творческое задание.
5.	Методы и технологии социального проектирования, оценка последствий	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, творческое задание, тестирование.

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

8.1. Основная учебная литература

1 Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 492 с. — ISBN 978-5-238-01769-3. — Текст электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81796.html>

2 Гатина, Л. И. Социальное проектирование: учебно-методическое пособие / Л. И. Гатина. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2008. — 80 с. — ISBN 978-5-7882-0814-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/63464.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1 Морозов, А. В. Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе. Часть I. Проектирование в социальной работе: учебно-методическое пособие / А. В. Морозов. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2008. — 252 с. — ISBN 978-5-7882-0669-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/63970.html>

2 Луговая, О. М. Проектирование и прогнозирование пакета социальных услуг: практикум / О. М. Луговая, И. В. Черникова. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 152 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92585.html>

3 Нескрябина, О. Ф. Социально-психологический анализ медиасферы: учебное пособие / О. Ф. Нескрябина. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2019. — 164 с. — ISBN 978-5-7638-4073-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100115.html>

4 Социальное проектирование в образовании и практике социальной работы учебное пособие / А. В. Старшинова, С. Н. Панкова, Е. Б. Архипова [и др.] ; под редакцией А. В. Старшиновой. — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-7996-2313-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106519.html>

5 Колесниченко, А. В. Практическая журналистика: учебное пособие / А. В. Колесниченко. — М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. — 192 с. — ISBN 978-5-211-05510-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13304.html>

6 Социальные сети как инфраструктура межличностного общения цифрового поколения: трансформация фреймов коммуникации: коллективная монография / А. П. Глухов, И. П. Кужелева-Саган, Т. А. Булатова [и др.] ; под редакцией И. П. Кужелевой-Саган. — Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. — 220 с. — ISBN 978-5-94621-654-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109075.html>

7 Кузнецов, Н. Г. Маркетинг предприятий социального сервиса: монография / Н. Г. Кузнецов, В. П. Федько, Р. М. Магомедов ; под редакцией В. П. Федько. — Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2020. — 141 с. — ISBN 978-5-7890-1812-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118052.html>

8 Клаверов, В. Б. Управление проектами. Кейс практического обучения: учебное пособие / В. Б. Клаверов. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 142 с. — ISBN 978-5-4486-0076-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/69295.html>

8.3. Периодические издания

1. Научно-практический журнал "ЖУРНАЛИСТ. СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ": <http://niai.profruj.ru/>

2. World of Media. **Journal** of Russian Media and Journalism Studies. ISSN 2307-1605. <http://worldofmedia.ru/>.

3. МедиаАльманах. ISSN 1992-4631. <http://mediaalmanah.ru/files/93/646.php>.

4. Электронный научный журнал «Медиаскоп» URL: [http:// www.mediascope.ru/](http://www.mediascope.ru/)

5. Продвижение сайта в социальных сетях - что такое SMM и SMO [Электронный ресурс] // Сообщества. Ру. URL: <http://soobshestva.ru/>

6. Monetize Definition [Электронный ресурс] // Investopedia. - источник финансовой

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. Интернет-портал «Союз журналистов России». <https://ruj.ru/>
4. Программа и Форум «Лучшие социальные проекты России»» <https://socprojects.org/>
5. Лаборатория Силамедиа — практические курсы для тех, кто осваивает мир медиа и коммуникаций <https://sila.media/>
6. Ассоциация корпоративных медиа России: <https://corpmedia.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**

Социальные проекты в медиа

<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-5
Профессиональные	-	ПК-6
Профессиональные	-	ПК-8
Профессиональные	-	ПК-9

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-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-6	Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации, учитывая тенденции развития отечественного и зарубежных медиарынков	ПК-6.1 Знает основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний ПК-6.2. Умеет планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства ПК-6.3. Владеет навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
ПК-8	Способен создавать, обрабатывать и осуществлять распространение информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных платформах	ПК-8.1. Знает основные этапы производственного процесса и технического процесса создания медиапроектов. ПК-8.2. Умеет создавать визуальный контент для медиасообщений различных жанров и форматов. ПК-8.3. Владеет навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом. ПК-8.4. использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространение (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории
ПК-9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов. ПК-9.2. Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами ПК-9.3 Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов.

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		
	- знать особенности создания мультимедийных проектов; - специфику отбора релевантной информации из доступных источников	- создавать медиатексты, планировать процесс создания медиапродукта - осуществлять распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение)	- навыками планировании и координировании процесса создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах
Код компетенции	ПК-2		
	- технологии подготовки медиатекста; - принципы работы современной редакции	- находить общественно значимую тему и рассматривать ее в контексте масштабной проблемы. - использовать при создании медиаконтента различные источники и методы получения информации	- навыками работы с применением современных редакционных технологий - методами верификации информации, способен отличать факт от мнения. - способен соблюдать на всех этапах работы над текстом этические нормы международных и отечественных профессиональных кодексов.
Код компетенции	ПК-5		
	- основы техники и технологии СМИ; -основы вычислительной техники и компьютерного дизайна; - редакционную	- работать в команде при разработке коллективных медиапроектов; -уметь готовить медиа-материал в соответствии с нормативами,	- навыками производства мультимедийного продукта; - навыками использования программных редакционных средств;

	структуру электронного СМИ	установленными редакцией (специфика электронного СМИ); - использовать редакционные технические средства при создании электронных продуктов	- создавать медиапроекты различной тематической направленности с использованием мультимедийных средств.
Код компетенции	ПК-6		
	- основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний	- планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства	- навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
Код компетенции	ПК-8		
	- знать основные этапы производственного процесса и технического процесса создания мультимедийных проектов	- создавать визуальный контент для журналистских и медиапродуктов	- навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом
Код компетенции	ПК-9		
	- существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов	- разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT-специалистами, программистами	- навыками проектирования информационных и программных продуктов. - принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов

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

6 СЕМЕСТР

1. Что является основной целью социальных проектов в медиа?
 - А) Развлечение аудитории
 - Б) Повышение продаж
 - В) Освещение социальных проблем
 - Г) Продвижение технологий
2. Какой элемент необходим для успешного социального проекта в медиа?
 - А) Высокий бюджет
 - Б) Знаменитости в рекламе
 - В) Глубокое понимание проблемы
 - Г) Использование сложных технических терминов
3. Какие медиа-платформы наиболее эффективны для социальных проектов?
 - А) Телевидение
 - Б) Социальные сети
 - В) Печатные издания
 - Г) Радио
4. Какой метод оценки эффективности социального проекта в медиа считается наиболее точным?
 - А) Количество просмотров
 - Б) Обратная связь от аудитории
 - В) Уровень узнаваемости бренда
 - Г) Количество лайков
5. Какой тип контента предпочтительнее для социального проекта в медиа?
 - А) Развлекательный
 - Б) Образовательный
 - В) Информационный
 - Г) Передовые исследования
6. Какие факторы влияют на выбор темы для социального проекта в медиа?
 - А) Текущие модные тенденции
 - Б) Потребности общества
 - В) Личные интересы создателей
 - Г) Сезонность
7. Какие индикаторы могут свидетельствовать о неудачном социальном проекте в медиа?
 - А) Низкий уровень вовлеченности
 - Б) Отсутствие негативных отзывов
 - В) Высокий уровень узнаваемости
 - Г) Большое количество комментариев
8. Какие стратегии помогают увеличить вовлеченность аудитории в социальный проект в медиа?
 - А) Частые рекламные перерывы
 - Б) Интерактивные элементы
 - В) Односторонняя коммуникация
 - Г) Сложные технические термины
9. Какие критерии важны при выборе партнеров для реализации социального проекта в медиа?
 - А) Размер компании
 - Б) Социальная ответственность
 - В) Политические взгляды
 - Г) Географическое положение

10. Какие методы помогают повысить осведомленность о социальном проекте в медиа?
- А) Традиционная реклама
 - Б) Вирусный маркетинг
 - В) Сарафанное радио
 - Г) Спонсорские мероприятия

ПК-2
6 СЕМЕСТР

1. Какой формат контента лучше всего подходит для привлечения внимания к социальным проектам в медиа?
 - А) Длинные текстовые статьи
 - Б) Видеоролики
 - В) Подкасты
 - Г) Инфографика
2. Какой фактор наименее важен при создании социального проекта в медиа?
 - А) Визуальное оформление
 - Б) Срочность проблемы
 - В) Бюджет проекта
 - Г) Цветовая палитра
3. Какие техники сторителлинга наиболее эффективны для удержания внимания аудитории в социальных проектах?
 - А) Использование статистики
 - Б) Личные истории
 - В) Технические детали
 - Г) Частое повторение информации
4. Какие инструменты мониторинга социальных медиа помогают отслеживать вовлеченность аудитории?
 - А) Google Analytics
 - Б) Facebook Insights
 - В) Twitter Analytics
 - Г) Все вышеперечисленные
5. Какой аспект является ключевым при выборе темы для социального проекта в медиа?
 - А) Популярность темы в интернете
 - Б) Возможность монетизации
 - В) Релевантность для целевой аудитории
 - Г) Личные предпочтения редактора
6. Какие методы помогают измерить социальное воздействие проекта в медиа?
 - А) Опросы общественного мнения
 - Б) Анализ социальных сетей
 - В) Изучение статистики продаж
 - Г) Отслеживание изменений в законодательстве
7. Какие ошибки следует избегать при разработке социального проекта в медиа?
 - А) Слишком сложный язык
 - Б) Недостаточное исследование темы
 - В) Избыточная визуализация
 - Г) Сосредоточение на одной точке зрения
8. Какие факторы важны для поддержания интереса к долгосрочным социальным проектам в медиа?
 - А) Регулярное обновление контента
 - Б) Постоянное увеличение бюджета

- В) Изменение формата проекта
- Г) Смена команды проекта
- 9. Какие каналы распространения наиболее эффективны для социальных проектов в медиа?
 - А) Официальные сайты
 - Б) Социальные сети
 - В) Электронные рассылки
 - Г) Публичные выступления
- 10. Какие показатели лучше всего отражают успех социального проекта в медиа?
 - А) Количество подписчиков
 - Б) Уровень вовлеченности аудитории
 - В) Количество упоминаний в прессе
 - Г) Финансовые показатели проекта

ПК-5
6 СЕМЕСТР

- 1. Какие методы повышения осведомленности о социальном проекте считаются устаревшими?
 - А) Печатная реклама
 - Б) Телевизионные ролики
 - В) Радиовещание
 - Г) Уличные акции
- 2. Какой подход к созданию контента помогает достичь большей эмоциональной вовлеченности аудитории?
 - А) Фактологический
 - Б) Рассказывание историй
 - В) Статистический анализ
 - Г) Экспертные интервью
- 3. Какие инструменты помогают в анализе эффективности социальных проектов в медиа?
 - А) CRM-системы
 - Б) Системы управления контентом
 - В) Инструменты веб-аналитики
 - Г) Платформы автоматизации маркетинга
- 4. Какие элементы дизайна считаются ключевыми для привлечения внимания к социальным проектам?
 - А) Яркие цвета
 - Б) Интерактивные элементы
 - В) Минималистичный стиль
 - Г) Видеоэффекты
- 5. Какие факторы могут негативно повлиять на восприятие социального проекта в медиа?
 - А) Сложность понимания
 - Б) Недостаточное количество информации
 - В) Избыток рекламы
 - Г) Отсутствие отзывов
- 6. Какие стратегии помогают удерживать интерес к социальному проекту в медиа на протяжении длительного времени?
 - А) Постоянное обновление данных
 - Б) Регулярное изменение дизайна
 - В) Введение новых персонажей
 - Г) Сезонные акции
- 7. Какие показатели лучше всего отражают вовлеченность аудитории в социальный проект в

- медиа?
- А) Количество подписчиков
 - Б) Время, проведенное на сайте
 - В) Количество комментариев
 - Г) Частота упоминаний в соцсетях
8. Какие темы социальных проектов обычно вызывают наибольший резонанс в медиа?
- А) Экология
 - Б) Мода
 - В) Технологии
 - Г) Искусство
9. Какие методы помогают повысить доверие аудитории к социальному проекту в медиа?
- А) Публикация отчетов
 - Б) Прозрачность финансирования
 - В) Регулярные пресс-конференции
 - Г) Сотрудничество с известными личностями
10. Какие инструменты помогают в создании интерактивных элементов для социальных проектов в медиа?
- А) Графические редакторы
 - Б) Платформы для вебинаров
 - В) Системы управления базами данных
 - Г) Средства разработки игр

ПК-6 6 СЕМЕСТР

1. Какой метод лучше всего помогает выявить реальную социальную проблему для медиапроекта?
- а) анализ трендов в TikTok;
 - б) полевые исследования, интервью с представителями целевой группы и работа с данными НКО;
 - в) опрос только друзей и одноклассников.

Ответ: б

2. Что обязательно должно быть зафиксировано в этическом протоколе проекта при работе с уязвимыми группами?

- а) согласие на съёмку, понимание целей проекта и право на отзыв согласия;
- б) только подпись под стандартным шаблоном без пояснений;
- в) устное согласие, зафиксированное в чате.

Ответ: а

3. Какой показатель можно считать индикатором социального эффекта (а не только медийного)?

- а) количество лайков под постами;
- б) рост узнаваемости бренда проекта;
- в) изменение поведения или знаний целевой аудитории, подтверждённое опросами или статистикой.

Ответ: в

4. На каком этапе формулируют критерии приёмки результатов социального медиапроекта?

- а) на этапе планирования, до старта работ;

- б) в середине проекта, когда уже есть первые результаты;
- в) после завершения, чтобы подвести итоги.

Ответ: а

5. Какой подход к вовлечению сообщества считается наиболее устойчивым?

- а) разовая акция с раздачей подарков;
- б) создание постоянной площадки для диалога и совместного создания контента;
- в) публикация экспертных материалов без обратной связи.

Ответ: б

6. Какой инструмент помогает управлять рисками в социальном медиапроекте?

- а) список возможных проблем без дальнейших действий;
- б) матрица рисков с оценкой вероятности и влияния, а также планом реагирования;
- в) обсуждение рисков только на словах в команде.

Ответ: б

7. Какой тип партнёрства наиболее релевантен для социального медиапроекта?

- а) сотрудничество с брендом, чья аудитория совпадает с целевой группой проекта;
- б) партнёрство исключительно ради получения оборудования;
- в) коллаборация с любой крупной организацией ради упоминания.

Ответ: а

8. Какой формат отчётности лучше всего демонстрирует устойчивость социального проекта?

- а) пост в соцсети с итогами;
- б) краткий отчёт только с медийными метриками;
- в) документ с целями, результатами, описанием механизмов продолжения работы и рекомендациями.

Ответ: в

9. Какой способ проверки гипотез о востребованности идеи проекта наиболее корректен?

- а) фокус-группа из 6–10 представителей целевой аудитории;
- б) голосование в сторис среди подписчиков команды;
- в) мнение одного эксперта без дополнительных данных.

Ответ: а

10. Что критично учитывать при выборе темы социального медиапроекта?

- а) актуальность проблемы для целевой аудитории и возможность измеримого эффекта;
- б) популярность темы в медиа в текущем месяце;
- в) личные интересы продюсера.

Ответ: а

ПК-8 6 СЕМЕСТР

1. При выборе каналов продвижения для социального проекта в первую очередь ориентируются на:

- а) поведение и привычки целевой аудитории, а не на популярность канала;
- б) каналы, где проще всего опубликовать контент;

в) рекомендации блогеров без анализа аудитории.

Ответ: а

2. Какой элемент обязательно должен быть в коммуникационной стратегии социального проекта?

а) ключевые сообщения, адаптированные под разные сегменты аудитории;

б) список всех возможных площадок без приоритизации;

в) план публикаций только в одной соцсети.

Ответ: а

3. Как лучше работать с негативной обратной связью в рамках социального проекта?

а) удалять все негативные комментарии, чтобы не портить статистику;

б) отвечать уважительно, классифицировать типы возражений и фиксировать повторяющиеся проблемы;

в) игнорировать, чтобы не провоцировать дискуссии.

Ответ: б

4. Какой формат пресс-релиза наиболее эффективен для привлечения внимания СМИ к социальному проекту?

а) короткий текст с чёткой завязкой: проблема, решение, цифры, цитата эксперта, контакты;

б) длинный текст без структуры и ключевых данных;

в) только ссылка на сайт проекта без пояснений.

Ответ: а

5. Какой показатель лучше использовать для оценки эффективности коммуникации в длительном проекте?

а) суммарное количество просмотров за весь период;

б) динамика вовлечённости, конверсий и качественных откликов по этапам;

в) число подписчиков на старте и в финале.

Ответ: б

6. При коллаборации с блогером для социального проекта важнее всего:

а) совпадение ценностей и релевантность аудитории, а не только охват;

б) минимальный гонорар независимо от аудитории;

в) готовность блогера публиковать много постов без согласования содержания.

Ответ: а

7. Какой подход к контент-плану повышает устойчивость коммуникации?

а) чередование форматов (сторителлинг, инструкции, пользовательский контент) и тем по календарю;

б) ежедневные посты в одном и том же формате;

в) публикации только при появлении новостей.

Ответ: а

8. Как адаптировать сообщение для разных аудиторий (например, молодёжь и старшее поколение)?

а) менять не только канал, но и язык, примеры и визуальные референсы;

б) использовать один и тот же текст на всех площадках;

в) публиковать только на языке, понятном одной группе.

Ответ: а

9. Какой инструмент позволяет отслеживать эффективность разных каналов продвижения?
- а) UTM-метки и отдельные ссылки для каждого канала плюс аналитика платформ;
 - б) общая статистика аккаунта без сегментации;
 - в) субъективные ощущения команды о «самых удачных» публикациях.

Ответ: а

10. Какой подход к работе со СМИ повышает шансы на публикацию?
- а) персонализированные письма с учётом специфики издания и предложением удобного формата;
 - б) массовая рассылка одного шаблона всем редакциям подряд;
 - в) настаивание на публикации без учёта редакционной политики.

Ответ: а

ПК-9 6 СЕМЕСТР

1. Что является признаком устойчивости социального медиапроекта?
- а) высокий охват в первые месяцы;
 - б) наличие механизмов продолжения работы после окончания гранта или активной фазы;
 - в) большое количество публикаций за короткий срок.

Ответ: б

2. Какой метод позволяет оценить долгосрочный эффект проекта?
- а) замеры показателей спустя 3–6 месяцев после активной фазы (опросы, статистика, кейсы);
 - б) сравнение данных за первую и последнюю неделю кампании;
 - в) оценка по количеству публикаций в СМИ.

Ответ: а

3. Какой источник финансирования повышает финансовую устойчивость проекта?
- а) один крупный спонсор;
 - б) краудфандинг без плана и коммуникации;
 - в) диверсификация: гранты, партнёрства, собственные ресурсы, небольшие регулярные взносы.

Ответ: в

4. Что важно учитывать при адаптации проекта под меняющиеся внешние условия?
- а) регулярные замеры КРІ и анализ отклонений для корректировки тактики;
 - б) строгое следование первоначальному плану без изменений;
 - в) полное прекращение проекта при первых трудностях.

Ответ: а

5. Какой критерий отражает этическую устойчивость проекта?
- а) отсутствие жалоб в течение проекта;
 - б) соблюдение законодательства и внутренних регламентов;
 - в) уважение к участникам, прозрачность, минимизация потенциального вреда и учёт обратной связи.

Ответ: в

6. Какой документ помогает масштабировать успешный социальный медиапроект?
- а) черновики постов и заметки в мессенджере;
 - б) методическое описание: цели, этапы, роли, инструменты, ошибки и лучшие практики;
 - в) финальный видеоролик проекта.

Ответ: б

7. Как лучше управлять репутационными рисками в социальном проекте?
- а) заранее прописать правила коммуникации, сценарии ответов и ответственных;
 - б) реагировать только после появления негатива;
 - в) делегировать управление репутацией без контроля.

Ответ: а

8. Какой подход к отчётности наиболее полезен для будущих проектов?
- а) сухие цифры без интерпретации;
 - б) отчёт с выводами: что сработало, что нет, почему, и какие рекомендации можно применить;
 - в) презентация только позитивных результатов.

Ответ: б

9. Какой фактор чаще всего угрожает устойчивости социального медиапроекта?
- а) высокая вовлечённость аудитории;
 - б) зависимость от одного канала продвижения и одного источника финансирования;
 - в) наличие нескольких партнёров.

Ответ: б

10. Какой показатель лучше отражает реальную эффективность социального медиапроекта?
- а) только рост числа подписчиков;
 - б) сочетание медийных метрик и социальных индикаторов (поведение, знания, отзывы, партнёрства);
 - в) количество публикаций в проекте.

Ответ: в