

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 14.06.2024 09:27:52
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d66bac836

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Теория и практика массовой информации, СЕМЕСТР 4

Код, направление подготовки	43.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите один правильный ответ 1. По закону в России к СМИ не относятся:	1) журналы, газеты, бюллетени 2) новые медиа (социальные сети) 3) стенгазеты, малотиражные издания, библиотеки 4) радиопрограммы, веб-сайты, интернет-журналы 5) видеопрограммы, кинохроникальные программы	низкий
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите один правильный ответ 2. Наиболее популярный качественно-количественный метод анализа текстов и исследовании массовых коммуникаций, анализирующий тексты СМИ и выявляющий связь текста с продуцируемыми событиями, отношениями, настроениями, установками, интересами коммуникатора.	1) контент-анализ СМИ 2) мониторинг СМИ 3) чтение СМИ 4) кодирование СМИ 5) семантический дифференциал	низкий
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите один правильный ответ 3. Периодические печатные издания, радио-, теле-, видеопрограммы, интернет-сайты, интернет-порталы или иная форма периодического распространения социальной информации, служащая интересам определённой компании и выпускаемая по её инициативе – это ...	1) коммерческие СМИ 2) корпоративные СМИ 3) деловая пресса 4) политические СМИ 5) фирменные СМИ	низкий
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите один правильный ответ 4. Подготовка и написание текстов для устных выступлений	1) спичрайтинг 2) клиппинг 3) мониторинг 4) редактирование	низкий

	перед аудиторией называется:	5) фандрайзинг	
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите один правильный ответ 5. Что такое источник информации?	1) информация, собираемая впервые для какой-л. конкретной цели, с использованием специальных исследовательских приемов и процедур; 2) отслеживание сообщений СМИ, соответствующих заданной тематике; 3) лицо, организация или материальный носитель, содержащий сведения, интересующие потребителя информации, и служащий основой для создания нового информационного продукта или услуги; 4) текст от имени субъекта PR целевой группе общественности, где указывается на значение деятельности адресата в жизни и деятельности субъекта PR; 5) сеть Интернет	низкий
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите все правильные ответы 6. Какой из перечисленных источников не относится к источникам справочной информации?	1) слухи 2) биографии 3) базы данных 4) энциклопедии 5) сплетни	средний
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите один правильный ответ 7. Определите вид PR-текста по данному отрывку: «Музей города Сургута переезжает в новое здание» Будущее местоположение: Большая вокзальная улица, в 10 минутах ходьбы от железнодорожного вокзала, рядом с автомобильной парковочной площадкой (число парковочных мест не уменьшится за счет улучшенной планировки). Сроки строительства: 1 июля 2021 г.-31 декабря 2024 г. Стоимость: 800 миллионов рублей. Источники финансирования: Государственные средства — 500 миллионов рублей. Фандрайзинг — 25 миллионов (собраны с помощью PR-кампаний, проводившихся PR-агентствами Санкт-Петербурга в порядке спонсорской поддержки). АОО «Энергия» оформило дарение на 10 миллионов рублей целевым назначением.	1) решение 2) факт-лист 3) бэкграундер 4) служебная записка 5) заметка	средний

	<p>Поддержка строительных и производящих строительные материалы фирм, поставляющих материалы и производящих работы по сниженным на 50% ценам.</p> <p>Полезная площадь: 3000 кв. метров.</p> <p>Особые характеристики: кондиционирование помещения для обеспечения сохранности экспонатов.</p> <p>Преимущества: увеличение экспозиции, возможности использования общественного транспорта, модернизированная парковка.</p>		
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	<p>Укажите все правильные ответы</p> <p>8. Признаки фейковых новостей следующие:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) громкий кликабельный заголовок 2) излишняя эмоциональность 3) фраза «об этом не пишут СМИ» 4) наличие коммерческой и финансовой информации 5) упоминание первых лиц государство 6) грамматические и стилистические ошибки 7) наличие гиперссылок и SEO-оптимизация 	средний
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	<p>Укажите неверный ответ</p> <p>9. К нормативно-правовой базе PR-деятельности, рекламы и журналистики относятся:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Гражданский кодекс РФ, часть 1, 2, 4 2) Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» 3) Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» + редакция от 01.01.2020 4) Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» 5) Этический кодекс журналиста и PR-специалиста 6) Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» 	средний
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	<p>Укажите все неверные ответы</p> <p>10. Необходимыми требованиями четкого формата ТВ-программы являются:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) точное попадание в свою аудиторию и время, когда аудитория дома 2) наличие четкой структуры 3) наличие внутренней драматургии действия 4) наличие нативной рекламы 5) роли ведущих прописаны 6) запоминающаяся графика и музыкальное сопровождение 7) запоминающиеся детали и «фишки», которые создают образ программы 8) баттлы с участниками программы 	средний
ОПК-7.1.	<p>Укажите все правильные</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) собственник издания, генеральный 	средний

ОПК-5.1. ОПК-5.2.	ответы 11. В структуру редакции СМИ входят	директор 2) отдел информационных систем 3) логистическая служба доставки 4) бухгалтерия и хозяйственная служба 5) отдел распространения, рекламы и продвижения 6) творческий коллектив редакции, дизайн, фотослужба	
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите все правильные ответы 12. К журналистской профессии не имеет отношения:	1) обозреватель, продюсер 2) бильд-редактор, дизайнер 3) шоу-мен, куафер 4) корреспондент, комментатор 5) интервьюер, модератор	средний
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите все правильные ответы 13. К функциям СМИ относятся:	1) рекламная 2) информационная 3) формирование общественного мнения к различным явлениям сфер жизни 4) образовательная 5) «тиражирование» образцов поведения государственных органов, политиков, политических партий 6) политического маркетинга	средний
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите все правильные ответы 14. В структуру пресс-релиза входят	1) хэдлиней 2) лид - подзаголовок, анонс 3) заключение 4) выходные данные 5) основная часть (SOLAADS) – предмет, организация, местоположение, преимущества, заявления, детали, источники 6) кульминация 7) смета	средний
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите неверный ответ 15. К приемам усиления информационного повода относится:	1) привязка новости к круглой дате 2) присутствие влиятельных людей 3) демонстрация разных взглядов, подходов к одной и той же проблеме 4) фотосессия на фоне пресс-вола 5) сочетание новости с общественно важной проблемой 6) привлечение спектра специалистов, способных освещать проблему в ракурсе различных компетенций	средний
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите все правильные ответы 16. Какие PR-тексты предназначены только для внешней аудитории, только для внутренней аудитории, как внешней и внутренней аудиторий?	1) для внешней аудитории 2) для внутренней аудитории 3) для внешней и внутренней аудитории А) пресс-кит Б) кейс-стори В) лист вопросов-ответов Г) приглашение Д) поздравление Е) биография Ж) тост И) соболезнования	высокий
ОПК-7.1.	Укажите все правильные	1) PR-тексты	высокий

<p>ОПК-5.1. ОПК-5.2.</p>	<p>ответы 17. Распределите PR-тексты и журналистские жанры по группам:</p>	<p>2) журналистские жанры А) маркетинг-кит Б) репортаж В) медиа-кит Г) зарисовка Д) биографическая справка Е) обозрение Ж) пресс-релиз И) заметка</p>	
<p>ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.</p>	<p>Закончите предложение 18. Определите, к какому жанру относится данный отрывок текста. <i>А.: Чем вы так отличились на ЗИЛе, что из секретарей парткома сразу стали заведующим ЦК?</i> В.: Не сразу. До этого успел три дня побыть гендиректором Камского автозавода. Дело, думаю, не столько во мне, сколько в самой марке ЗИЛа, бывшего в стране на виду. Меня пригласил на беседу председатель Совмина Косыгин. Минут пятнадцать поговорили, и, подписав, приказ о моем назначении, он направил документы на утверждение секретариатом ЦК. Однако там ждал подвох. Сказали: «Ты давай поруководи всей автомобильной промышленностью, а потом пойдешь директором». <i>А.: А не сорвался бы ваш отъезд – возможно, спустя лет двадцать пять приватизировали бы гигантский завод и были бы вы сейчас олигархом. А?!</i> В.: Запросто. <i>А.: Жалеете, что не стали воротилой?</i> В.: Вот этого нет. Ни грамма. <i>А.: В РСПП вы имеете дело с людьми, отличающимися по менталитету от тех, с кем работали на ЗИЛе, в ЦК » Вам с ними сложнее?</i> В.: Мне сложнее всего было в «горячих точках». Где каждый день лилась кровь. Здесь кровь не льется. Я на всех своих работах старался находить общий язык с людьми. В 60-е годы как зиловец выступал на слете молодых производителей страны.</p>		<p>высокий</p>

	Начал рассказывать, что мы вместо кокса применили газ, значительно повысив производительность. Хрущев дремал, дремал в президиуме и вдруг сердито поднял голову: «Слушай, начальник! Что ты все об железках? Об людях надо думать. Об людях!». И меня потом пол-Москвы донимало: Почему ты не думаешь об людях».		
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Выберите правильную комбинацию ответов 19. Какие из нижеперечисленных комбинаций СМИ являются региональными: а) «Пятница»; б) «НТВ»; в) «Югория»; г) «ТНТ»; д) Петербургский Телезритель; е) Уфимские ведомости	1) а, б, в 2) а, д, е 3) б, г, е 4) в, г, д 5) в, д, е	высокий
ОПК-7.1. ОПК-5.1. ОПК-5.2.	Укажите все правильные ответы 20. В каком из перечисленных комбинированных PR-текстов наибольшее значение придается фотографиям и иллюстрациям?	1) фотографии и иллюстрации 2) качество и содержание текста А) проспект Б) пресс-кит В) пресс-релиз Г) маркетинг-кит Д) обозрение Е) обзор Ж) бэкграундер И) лонгрид	высокий