

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Иванович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 15.06.2026 08:17:52
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Цифровые инструменты в исследовании медиасферы 2 семестр

Код, направление подготовки	41.04.04 Политология
Направленность (профиль)	Медиакоммуникации в государственной политике и муниципальном управлении
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Политологии и философии
Выпускающая кафедра	Политологии и философии

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	1. Что является ключевым результатом обучения по дисциплине?	а) Умение работать с социальными сетями б) Разработка стратегий продвижения политического контента в) Навыки копирайтинга г) Основы журналистики	низкий
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	2. Какой из перечисленных инструментов НЕ относится к методам мониторинга информационного поля?	а) Системы отслеживания инфоповодов б) Аналитические сервисы в) Социологические опросы г) Медиааналитические платформы	средний
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	3. Что входит в задачи социологических инструментов исследования медиааудитории?	а) Анализ поведенческих характеристик б) Мониторинг цен на рекламу в) Создание контента г) Техническая поддержка сайтов	низкий
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	4. Какие показатели анализируются в рамках медиаметрических исследований?	а) Охват и влияние контента б) Количество подписчиков в соцсетях в) Технические характеристики устройств г) Возраст администраторов каналов	средний
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	5. Что такое KPI в контексте медиакоммуникаций?	а) Ключевые показатели эффективности б) Система оценки результативности в) Типы контента г) Каналы распространения	высокий

ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	6. Какой из методов НЕ относится к стратегическому планированию медиапродвижения?	а) Анализ целевой аудитории б) Выбор каналов коммуникации в) Проведение фокус-групп г) Разработка контент-плана	высокий
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	7. Что такое форсайт-сессия в контексте медиаисследований?	а) Прогнозирование развития медиапотребления б) Анализ текущих трендов в) Оценка эффективности рекламы г) Мониторинг конкурентов	высокий
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	8. Что является основным направлением дисциплины?	а) Исследование медиасферы б) Создание визуального контента в) Управление персоналом г) Финансовый анализ	высокий
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	9. Какие инструменты используются для оценки эффективности медиакommunikаций?	а) Аналитические панели б) Графические редакторы в) Системы управления контентом г) Конструкторы сайтов	средний
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	10. Что такое картирование медиaprостранства?	а) Визуализация структуры медиасферы б) Создание карт распространения контента в) Геолокация пользователей г) Анализ поисковых запросов	низкий
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	11. Какие задачи решает мониторинг информационного поля?	а) Отслеживание инфоповодов б) Модерация комментариев в) Создание контента г) Техническая поддержка	средний
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	12. Что такое медиаметрика?	а) Система измерения показателей медиа б) Метод создания контента в) Способ продвижения г) Форма отчетности	средний
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	13. Какие навыки необходимы для работы с аналитическими сервисами?	а) Умение анализировать данные б) Навыки программирования в) Знание иностранных языков г) Художественные способности	средний
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	14. Что такое целевая аудитория в контексте медиакommunikаций?	а) Группа потенциальных потребителей контента б) Все пользователи интернета в) Подписчики в соцсетях г) Сотрудники медиакomпаний	низкий

ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	15. Какие показатели входят в систему КРІ?	а) Охват, вовлеченность, конверсия б) Количество лайков и комментариев в) Время публикации контента г) Технические характеристики устройств	низкий
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	16. Что такое медиаканал?	а) Путь распространения информации б) Социальная сеть в) Сайт организации г) Платформа для создания контента	средний
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	17. Какие методы используются для исследования медиааудитории?	а) Социологические опросы и анализ данных б) Только фокус-группы в) Только анкетирование г) Только наблюдение	высокий
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	18. Что такое медиаконтент?	а) Информационный материал для распространения б) Технические характеристики устройств в) Способы продвижения г) Каналы распространения	средний
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	19. Какие факторы влияют на эффективность медиакommunikаций?	а) Целевая аудитория, каналы распространения, качество контента б) Только время публикации в) Только формат контента г) Только бюджет на продвижение	средний
ПК-1.1. ПК-1.2. УК-2.1. УК-2.2. ПК-2.2. ПК-2.3.	20. Какие компоненты входят в современную медиасферу?	а) Только традиционные СМИ б) Только цифровые платформы в) Традиционные СМИ и цифровые платформы г) Только социальные сети	средний