

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Минцаев Магомед Шавалович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.11.2024 16:31:07

Уникальный программный ключ:

236bcc35c296f119d6aafdc22836b21dc5bdc771a2181108121964304d

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА»**

Информационные системы в экономике

(наименование кафедры)

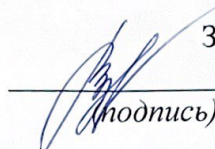
УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

« 02 » 09 2024 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой

Л.Р. Магомаева

  
(подпись)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

«Основы медиа»

(наименование дисциплины)

**Направление /специальность подготовки**

42.03.05 Медиакоммуникации

(код и наименование направления/ специальности подготовки)

**Направленность (профиль)**

«Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»

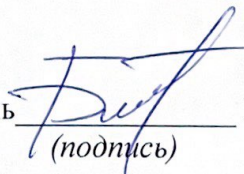
(наименование специализации / профиля подготовки)

**Квалификация**

бакалавр

(специалист / бакалавр / магистр)

Составитель

  
(подпись)

Х.Т. Бибулатова

Грозный – 2024

**ПАСПОРТ**  
**ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**  
Основы медиа

| <b>№<br/>п/п</b>   | <b>Контролируемые разделы<br/>(темы) дисциплины</b>                                       | <b>Код<br/>контролируемой<br/>компетенции<br/>(или ее части)</b> | <b>Наименование<br/>оценочного<br/>средства</b> |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <b>1-й семестр</b> |                                                                                           |                                                                  |                                                 |
| 1                  | <b>Тема 1.</b> История и эволюция медиа: от традиционных СМИ к цифровым платформам        | ОПК-1                                                            | Практическая работа                             |
| 2                  | <b>Тема 2.</b> Структура и типология современных медиа                                    | УК-1                                                             | Практическая работа                             |
| 3                  | <b>Тема 3.</b> Поиск, отбор и критический анализ информации                               | УК-1                                                             | Практическая работа                             |
| 4                  | <b>Тема 4.</b> Медиапотребление и поведение аудитории в цифровую эпоху                    | ПК-1                                                             | Практическая работа                             |
| 5                  | <b>Тема 5.</b> Формирование и управление информационной повесткой дня                     | УК-1                                                             | Практическая работа                             |
| 6                  | <b>Тема 6.</b> Медиакоммуникации: основы PR, рекламы и журналистики                       | ПК-1                                                             | Практическая работа                             |
| 7                  | <b>Тема 7</b> Новые технологии в медиа: искусственный интеллект, Big Data и автоматизация | УК-1                                                             | Практическая работа                             |
| 8                  | <b>Тема 8.</b> Карьера в медиаиндустрии: направления и возможности                        | ПК-1                                                             | Практическая работа                             |

## ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

| №<br>п/п | Наименование<br>оценочного<br>средства | Краткая характеристика<br>оценочного средства                                                                                                                       | Представление<br>оценочного<br>средства<br>в фонде             |
|----------|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 1        | <i>Практическая<br/>работа</i>         | Средство проверки умений<br>применять<br>полученные знания по заранее<br>определенной методике для решения<br>задач или заданий по модулю или<br>дисциплине в целом | Комплект<br>заданий<br>для выполнения<br>практических<br>работ |
| 2        | <i>Рубежный<br/>контроль</i>           | Форма проверки знаний по<br>дисциплине в виде первой и второй<br>рубежных аттестаций                                                                                | Вопросы к<br>рубежным<br>аттестациям                           |
| 3        | <i>зачет</i>                           | Итоговая форма оценки знаний                                                                                                                                        | Вопросы к<br>зачету                                            |

## ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

В качестве оценочных средств текущего контроля используются средства контроля выполнения и защиты практических работ по дисциплине. Защита практической работы – выполнение различных кейсов и заданий из практических работ.

Средства текущего контроля: устный опрос (собеседование/опрос, разбор учебной ситуации на выбранную тему, подготовка устных сообщений и докладов), практическое задание (выполнение заданий в электронной форме на ПК).

### 1-й семестр

|                               |                                                                                                        |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Практическая работа 1.</b> | <i>Цель практической работы: <u>«Анализ эволюции медиаплатформ»</u></i>                                |
| <b>Практическая работа 2.</b> | <i>Цель практической работы: <u>«Сравнение различных медиаплатформ»</u></i>                            |
| <b>Практическая работа 3.</b> | <i>Цель практической работы: <u>«Развитие навыков фактчекинга»</u></i>                                 |
| <b>Практическая работа 4.</b> | <i>Цель практической работы: <u>«Анализ медиапотребления различных групп аудитории.»</u></i>           |
| <b>Практическая работа 5.</b> | <i>Цель практической работы: <u>«Создание медиаплана для управления информационной повесткой.»</u></i> |
| <b>Практическая работа 6.</b> | <i>Цель практической работы: <u>«Разработка коммуникационной кампании»</u></i>                         |
| <b>Практическая работа 7</b>  | <i>Цель практической работы: <u>«Применение технологий Big Data в медиапланировании»</u></i>           |
| <b>Практическая работа 8</b>  | <i>Цель практической работы: <u>«Разработка карьерного плана в медиасфере»</u></i>                     |

### **Критерии оценки ответов на практические работы (1-й семестр)**

*Регламентом БРС предусмотрено всего 15 баллов за текущую работу студента. Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом до 8 практических работ с использованием дополнительного материала по ним. (по 3 балла).*

**3 балла** ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.

**2 балла** ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней негрубых ошибок и недочетов.

**1 балл** ставится за работу, выполненную неполностью и при наличии в ней негрубых ошибок и недочетов.

**0 баллов** ставится, если студент совсем не выполнил ни одного задания.

Максимальное количество баллов за выполнение и защиту *практических работ* 12.

Максимально высокие баллы за текущий контроль – 15. За активное участие на лекциях и использование дополнительного материала при подготовке к занятиям студент получает дополнительно до 3 баллов.

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА**

**Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства  
Кафедра «Информационные системы в экономике»**

*Вопросы к первой рубежной аттестации «Основы медиа» (1-й семестр)*

1. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.
2. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?
3. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?
4. Какие существуют основные типы современных медиа? Приведите примеры для каждого типа.
5. Как изменилось представление о медиаструктуре с появлением интернет-платформ и социальных сетей?
6. Чем отличаются профессиональные медиа от пользовательских (UGC)? Какова их роль в современном медиапространстве?
7. Какие критерии надежности и достоверности информации можно использовать при анализе источников в цифровых медиа?
8. Как алгоритмы социальных сетей влияют на отбор информации для пользователей?
9. Что такое фейковые новости, и каковы основные признаки, по которым их можно отличить от достоверной информации?
10. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?
11. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?

12. Как алгоритмы платформ и персонализированный контент изменяют восприятие информации и взаимодействие с медиаплатформами?

*Вопросы ко второй рубежной аттестации «Основы медиа» (1-й семестр)*

1. Какова роль медиакомпаний в формировании информационной повестки дня? Приведите примеры реального влияния СМИ на общественное мнение.

2. Что такое "эффект повестки дня" (agenda-setting) и как он работает в современных медиа?

3. Какие факторы определяют, какая информация попадает в повестку дня, а какая остаётся в тени?

4. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакоммуникациях?

5. Какова роль журналистики в медиакоммуникациях и каким образом журналисты влияют на общественное восприятие информации?

6. Какие стратегии медиакоммуникаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?

7. Как искусственный интеллект используется в медиаиндустрии для создания и распространения контента?

8. Каким образом Big Data влияет на персонализацию контента и рекламные кампании?

9. Какие преимущества и вызовы несет автоматизация процессов в медиаиндустрии для журналистов, рекламщиков и PR-специалистов?

10. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?

11. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?

12. Какие новые профессии появляются в медиаиндустрии с развитием технологий и цифровых платформ?

### **Критерии оценки ответов на рубежной аттестации**

*Регламентом БРС предусмотрено всего 20 баллов за рубежную аттестацию студента. Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом на 2 вопроса в билете (по 10 баллов).*

**10 баллов (5+)** заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, разбирающийся в основных научных концепциях по изучаемой дисциплине, проявивший творческие способности и научный подход в понимании и изложении учебного программного материала, ответ отличается богатством и точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

**9 баллов (5)** заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность

к их самостоятельному пополнению, ответ отличается точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

**8 баллов (4+)** заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

**7 баллов (4)** заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

**6 баллов (4-)** заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, отличавшийся достаточной активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы.

**5 баллов (3+)** заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на

практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для их самостоятельного устранения.

**4 балла (3)** заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя допущенных погрешностей.

**3 балла (3-)** заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, однако допустивший погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя наиболее существенных погрешностей.

**2 балла (2)** выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях или отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала, не выполнившему самостоятельно предусмотренные программой основные задания, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не отработавшему основные практические, семинарские, лабораторные занятия, допускающему

существенные ошибки при ответе, и который не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

**1 балл** — нет ответа (отказ от ответа, представленный ответ полностью не по существу содержащихся в вопросе зачетного задания)

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА  
М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА**

**Институт цифровой экономики и технологического  
предпринимательства**

**Кафедра «Информационные системы в экономике»**

Вопросы к зачету по дисциплине «Основы медиа»

1) Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.

2) Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?

3) Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?

4) Какие существуют основные типы современных медиа? Приведите примеры для каждого типа.

5) Как изменилось представление о медиаструктуре с появлением интернет-платформ и социальных сетей?

6) Чем отличаются профессиональные медиа от пользовательских (UGC)? Какова их роль в современном медиапространстве?

7) Какие критерии надежности и достоверности информации можно использовать при анализе источников в цифровых медиа?

8) Как алгоритмы социальных сетей влияют на отбор информации для пользователей?

9) Что такое фейковые новости, и каковы основные признаки, по которым их можно отличить от достоверной информации?

- 10) Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?
- 11) Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?
- 12) Как алгоритмы платформ и персонализированный контент изменяют восприятие информации и взаимодействие с медиаплатформами?
- 13) Какова роль медиакомпаний в формировании информационной повестки дня? Приведите примеры реального влияния СМИ на общественное мнение.
- 14) Что такое "эффект повестки дня" (agenda-setting) и как он работает в современных медиа?
- 15) Какие факторы определяют, какая информация попадает в повестку дня, а какая остаётся в тени?
- 16) В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакоммуникациях?
- 17) Какова роль журналистики в медиакоммуникациях и каким образом журналисты влияют на общественное восприятие информации?
- 18) Какие стратегии медиакоммуникаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?
- 19) Как искусственный интеллект используется в медиаиндустрии для создания и распространения контента?
- 20) Каким образом Big Data влияет на персонализацию контента и рекламные кампании?
- 21) Какие преимущества и вызовы несет автоматизация процессов в медиаиндустрии для журналистов, рекламщиков и PR-специалистов?
- 22) Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?

23) Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?

24) Какие новые профессии появляются в медиаиндустрии с развитием технологий и цифровых платформ?

## **Критерии оценки ответов на зачете**

*Регламентом БРС предусмотрено 20 баллов (максимальный балл) за ответ на вопросы в билете. Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом на 4 вопроса в билете (по 5 баллов).*

**5 баллов** - Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

**4 балла** - Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком с использованием современной технической терминологии. Могут быть допущены некоторые неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

**3 балла** - Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

**2 балла** - Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины.

**1 балл** - Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная, техническая терминология не используется. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя приводят к незначительной коррекции ответа студента.

**0 баллов** - Ответ на вопрос полностью отсутствует, либо отказ от ответа.

---

### **Критерии оценки знаний студента на зачете**

**Оценка «зачтено»** - выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, варьируемых от оценки «отлично» до «удовлетворительно». При этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

**Оценка «не зачтено»** - выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

## **КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ**

### **Практическая работа 1. История и эволюция медиа: от традиционных СМИ к цифровым платформам**

**Цель:** Анализ эволюции медиаплатформ.

**Задача:** провести исследование на примере одного СМИ (например, газеты, радио или ТВ-канала) и описать его развитие от традиционных методов работы до использования цифровых технологий.

**Этапы работы:**

Найти информацию о выбранном СМИ (статья, видео, архив).

Составить хронологию его развития, выделив ключевые этапы.

Представить результаты в виде краткого отчета или инфографики, визуализировав эволюцию медиаплатформы (используя Canva или MS Publisher).

### **Практическая работа Структура и типология современных медиа**

**Цель:** Сравнение различных медиаплатформ.

**Задача:** Проанализировать медиаплатформы разных типов (например, газету, радиостанцию и социальную сеть) и выявить их ключевые особенности.

**Этапы работы:**

Выбрать по одному медиаресурсу для каждого типа (печать, радио, ТВ, интернет).

Сравнить их аудиторию, формат подачи информации, содержание и специфику взаимодействия с пользователями.

Создать сравнительную таблицу с выводами о различиях и особенностях каждого типа медиа.

### **Практическая работа 3. Поиск, отбор и критический анализ информации**

**Цель:** Развитие навыков фактчекинга.

**Задача:** Проанализировать новостную статью на наличие недостоверной или манипулятивной информации.

**Этапы работы:**

Найти новостную статью на актуальную тему.

Провести поиск подтверждающей информации из разных источников.

Проанализировать достоверность данных и указать возможные ошибки или манипуляции.

Оформить отчет с пояснениями и предложениями по улучшению статьи.

### **Практическая работа 4. Медиапотребление и поведение аудитории в цифровую эпоху**

**Цель:** Анализ медиапотребления различных групп аудитории.

**Задача:** Провести мини-исследование медиапредпочтений целевой аудитории (например, студентов или молодых специалистов).

**Этапы работы:**

Составить и провести опрос (например, через Google Forms) для выяснения медийных предпочтений аудитории.

Проанализировать результаты опроса: какие платформы и типы контента наиболее популярны.

Представить результаты в виде диаграмм и сформулировать выводы о

медиаповеденческих тенденциях.

### **Практическая работа 5. Формирование и управление информационной повесткой дня**

**Цель:** Создание медиаплана для управления информационной повесткой.

**Задача:** Разработать план освещения крупного события в медиа с учетом разных платформ (ТВ, социальные сети, новостные сайты).

#### ***Этапы работы:***

Выбрать событие (например, концерт, спортивное соревнование или политическую встречу).

Разработать медиаплан: составить расписание публикаций для каждой платформы и указать особенности контента.

Создать примеры публикаций для каждой платформы (анонс, пост в соцсетях, пресс-релиз).

### **Практическая работа 6. Медиакоммуникации: основы PR, рекламы и журналистики**

**Цель:** Разработка коммуникационной кампании.

**Задача:** Создать концепцию PR-кампании для продвижения продукта или мероприятия.

#### ***Этапы работы:***

Определить продукт или мероприятие, которое будет продвигаться.

Разработать PR-стратегию: сформулировать цели, задачи, целевую аудиторию и ключевые сообщения.

Создать основные элементы кампании: пресс-релиз, текст поста для соцсетей, рекламный макет (с использованием графических редакторов).

## **Практическая работа 7. Новые технологии в медиа: искусственный интеллект, Big Data и автоматизация**

**Цель:** Применение технологий Big Data в медиапланировании.

**Задача:** Проанализировать данные о медиапотреблении с использованием открытых источников и предложить улучшения контентной стратегии.

**Этапы работы:**

Найти доступные данные о поведении пользователей на медиаплатформах (например, через Google Trends или аналитические отчеты).

Проанализировать эти данные и выявить ключевые тренды в медиапотреблении.

Разработать рекомендации по созданию или изменению медиаконтента для улучшения показателей.

## **Практическая работа 8. Карьера в медиаиндустрии: направления и возможности**

**Цель:** Разработка карьерного плана в медиасфере.

**Задача:** Создать персональный план развития карьеры в одной из областей медиабизнеса.

**Этапы работы:**

Определить область карьеры в медиа (журналистика, PR, реклама, продюсирование).

Составить план профессионального развития на ближайшие 5 лет, включая необходимые навыки, обучение и карьерные цели.

Оформить результаты в виде презентации, добавив примеры успешных кейсов из выбранной области.

*Приложение 2*

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ К РУБЕЖНОМУ КОНТРОЛЮ**  
**Первая рубежная аттестация (1 –й семестр)**

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**  
**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**  
**Дисциплина "Основы медиа"**  
**Билет № 1**

1. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?
2. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**  
**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**  
**Дисциплина "Основы медиа"**  
**Билет № 2**

1. Какие существуют основные типы современных медиа? Приведите примеры для каждого типа.
2. Чем отличаются профессиональные медиа от пользовательских (UGC)? Какова их роль в современном медиaprостранстве?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**  
**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**  
**Дисциплина "Основы медиа"**  
**Билет № 3**

1. Как алгоритмы платформ и персонализированный контент изменяют восприятие информации и взаимодействие с медиаплатформами?

2. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 4**

1. Какие критерии надежности и достоверности информации можно использовать при анализе источников в цифровых медиа?
2. Как алгоритмы платформ и персонализированный контент изменяют восприятие информации и взаимодействие с медиаплатформами?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 5**

1. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?
2. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 6**

1. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?

2. Чем отличаются профессиональные медиа от пользовательских (UGC)? Какова их роль в современном медиапространстве?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 7**

1. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?
2. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 8**

1. Что такое фейковые новости, и каковы основные признаки, по которым их можно отличить от достоверной информации?
2. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 9**

1. Что такое фейковые новости, и каковы основные признаки, по которым их можно отличить от достоверной информации?

2. Какие критерии надежности и достоверности информации можно использовать при анализе источников в цифровых медиа?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 10**

1. Чем отличаются профессиональные медиа от пользовательских (UGC)? Какова их роль в современном медиaprостранстве?

2. Что такое фейковые новости, и каковы основные признаки, по которым их можно отличить от достоверной информации?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 11**

1. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?

2. Как изменилось представление о медиаструктуре с появлением интернет-платформ и социальных сетей?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 12**

1. Какие существуют основные типы современных медиа? Приведите примеры для каждого типа.

2. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 13**

1. Как алгоритмы социальных сетей влияют на отбор информации для пользователей?
2. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 14**

1. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?
2. Как изменилось представление о медиаструктуре с появлением интернет-платформ и социальных сетей?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 15**

1. Какие существуют основные типы современных медиа? Приведите примеры для каждого типа.

2. Как алгоритмы социальных сетей влияют на отбор информации для пользователей?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 16**

1. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?
2. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 17**

1. Чем отличаются профессиональные медиа от пользовательских (UGC)? Какова их роль в современном медиaprостранстве?
2. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 18**

1. Какие критерии надежности и достоверности информации можно использовать при анализе источников в цифровых медиа?

2. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 19**

1. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?
2. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 20**

1. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?
2. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**  
**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**  
**Дисциплина "Основы медиа"**  
**Билет № 1**

1. Что такое "эффект повестки дня" (agenda-setting) и как он работает в современных медиа?
2. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**  
**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**  
**Дисциплина "Основы медиа"**  
**Билет № 2**

1. Какова роль медиакомпаний в формировании информационной повестки дня? Приведите примеры реального влияния СМИ на общественное мнение.
2. Каким образом Big Data влияет на персонализацию контента и рекламные кампании?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**  
**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**  
**Дисциплина "Основы медиа"**  
**Билет № 3**

1. Какие преимущества и вызовы несет автоматизация процессов в медиаиндустрии для журналистов, рекламщиков и PR-специалистов?
2. Как искусственный интеллект используется в медиаиндустрии для создания и распространения контента?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 4**

1. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?
2. Что такое "эффект повестки дня" (agenda-setting) и как он работает в современных медиа?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 5**

1. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?
2. Что такое "эффект повестки дня" (agenda-setting) и как он работает в современных медиа?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 6**

1. Какие преимущества и вызовы несет автоматизация процессов в медиаиндустрии для журналистов, рекламщиков и PR-специалистов?
2. Какие факторы определяют, какая информация попадает в повестку дня, а какая остаётся в тени?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 7**

1. Какие стратегии медиакommunikаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?
2. Какова роль журналистики в медиакommunikациях и каким образом журналисты влияют на общественное восприятие информации?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 8**

1. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?
2. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 9**

1. Каким образом Big Data влияет на персонализацию контента и рекламные кампании?
2. Какова роль медиакомпаний в формировании информационной повестки дня? Приведите примеры реального влияния СМИ на общественное мнение.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 10**

1. Какие новые профессии появляются в медиаиндустрии с развитием технологий и цифровых платформ?
2. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 11**

1. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакоммуникациях?
2. Какова роль журналистики в медиакоммуникациях и каким образом журналисты влияют на общественное восприятие информации?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 12**

1. Какие преимущества и вызовы несет автоматизация процессов в медиаиндустрии для журналистов, рекламщиков и PR-специалистов?
2. Как искусственный интеллект используется в медиаиндустрии для создания и распространения контента?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 13**

1. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?
2. Какие факторы определяют, какая информация попадает в повестку дня, а какая остаётся в тени?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 14**

1. Какова роль медиакомпаний в формировании информационной повестки дня? Приведите примеры реального влияния СМИ на общественное мнение.
2. Что такое "эффект повестки дня" (agenda-setting) и как он работает в современных медиа?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**

**Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 15**

1. Какие стратегии медиакommunikаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?
2. Каким образом Big Data влияет на персонализацию контента и рекламные кампании?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 16**

1. Как искусственный интеллект используется в медиаиндустрии для создания и распространения контента?
2. Каким образом Big Data влияет на персонализацию контента и рекламные кампании?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 17**

1. Какова роль журналистики в медиакommunikациях и каким образом журналисты влияют на общественное восприятие информации?
2. Какие стратегии медиакommunikаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 18**

1. Как искусственный интеллект используется в медиаиндустрии для создания и распространения контента?
2. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакommunikациях?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 19**

1. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?
2. Какие новые профессии появляются в медиаиндустрии с развитием технологий и цифровых платформ?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 20**

1. Какова роль журналистики в медиакommunikациях и каким образом журналисты влияют на общественное восприятие информации?
2. Какие преимущества и вызовы несет автоматизация процессов в медиаиндустрии для журналистов, рекламщиков и PR-специалистов?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

## КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ К ЗАЧЕТУ (1-й семестр)

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 1**

1. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?
2. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?
3. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?
4. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?

**Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_**

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"**

**Билет № 2**

1. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?
2. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?
3. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?
4. Какие преимущества и вызовы несет автоматизация процессов в медиаиндустрии для журналистов, рекламщиков и PR-специалистов?

**Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_**

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 3**

1. Какие критерии надежности и достоверности информации можно использовать при анализе источников в цифровых медиа?
2. Что такое "эффект повестки дня" (agenda-setting) и как он работает в современных медиа?
3. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?
4. Какие стратегии медиакommunikаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?

**Подпись преподавателя** \_\_\_\_\_ **Подпись заведующего кафедрой** \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 4**

1. Какие новые профессии появляются в медиаиндустрии с развитием технологий и цифровых платформ?
2. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?
3. Как алгоритмы социальных сетей влияют на отбор информации для пользователей?
4. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?

**Подпись преподавателя** \_\_\_\_\_ **Подпись заведующего кафедрой** \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**  
**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**  
**Дисциплина "Основы медиа"**  
**Билет № 5**

1. Какие новые профессии появляются в медиаиндустрии с развитием технологий и цифровых платформ?
2. Какие факторы определяют, какая информация попадает в повестку дня, а какая остаётся в тени?
3. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?
4. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**  
**Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"**  
**Дисциплина "Основы медиа"**  
**Билет № 6**

1. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?
2. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?
3. Какие стратегии медиакommunikаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?
4. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 7**

1. Как алгоритмы социальных сетей влияют на отбор информации для пользователей?
2. Какие факторы определяют, какая информация попадает в повестку дня, а какая остаётся в тени?
3. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?
4. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 8**

1. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакоммуникациях?
2. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.
3. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?
4. Как изменилось представление о медиаструктуре с появлением интернет-платформ и социальных сетей?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 9**

1. Чем отличаются профессиональные медиа от пользовательских (UGC)? Какова их роль в современном медиaprостранстве?
2. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?
3. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакommunikациях?
4. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 10**

1. Какие факторы определяют, какая информация попадает в повестку дня, а какая остаётся в тени?
2. Как изменилось представление о медиаструктуре с появлением интернет-платформ и социальных сетей?
3. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.
4. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 11**

1. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакommunikациях?
2. Какие новые профессии появляются в медиаиндустрии с развитием технологий и цифровых платформ?
3. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?
4. Какие существуют основные типы современных медиа? Приведите примеры для каждого типа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 12**

1. Что такое "эффект повестки дня" (agenda-setting) и как он работает в современных медиа?
2. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?
3. Какова роль медиакомпаний в формировании информационной повестки дня? Приведите примеры реального влияния СМИ на общественное мнение.
4. Каким образом Big Data влияет на персонализацию контента и рекламные кампании?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 13**

1. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакommunikациях?
2. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.
3. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?
4. Что такое фейковые новости, и каковы основные признаки, по которым их можно отличить от достоверной информации?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 14**

1. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?
2. Что такое "эффект повестки дня" (agenda-setting) и как он работает в современных медиа?
3. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?
4. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 15**

1. Какие существуют основные типы современных медиа? Приведите примеры для каждого типа.
2. Какие стратегии медиакommunikаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?
3. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?
4. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 16**

1. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?
2. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?
3. Какие преимущества и вызовы несет автоматизация процессов в медиаиндустрии для журналистов, рекламщиков и PR-специалистов?
4. Что такое фейковые новости, и каковы основные признаки, по которым их можно отличить от достоверной информации?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 17**

1. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?
2. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?
3. Каким образом Big Data влияет на персонализацию контента и рекламные кампании?
4. Какие преимущества и вызовы несет автоматизация процессов в медиаиндустрии для журналистов, рекламщиков и PR-специалистов?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 18**

1. Какие стратегии медиакommunikаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?
2. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?
3. Какие критерии надежности и достоверности информации можно использовать при анализе источников в цифровых медиа?
4. Какие новые профессии появляются в медиаиндустрии с развитием технологий и цифровых платформ?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 19**

1. Какие преимущества и вызовы несет автоматизация процессов в медиаиндустрии для журналистов, рекламщиков и PR-специалистов?
2. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?
3. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.
4. Какие стратегии медиакommunikаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 20**

1. Каким образом Big Data влияет на персонализацию контента и рекламные кампании?
2. Какие основные технологические инновации повлияли на эволюцию медиа в XX и XXI веках?
3. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакommunikациях?
4. Как алгоритмы социальных сетей влияют на отбор информации для пользователей?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 21**

1. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?
2. Как алгоритмы социальных сетей влияют на отбор информации для пользователей?
3. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.
4. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?

**Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_**

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 22**

1. Какие стратегии медиакommunikаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?
2. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакommunikациях?
3. Как алгоритмы платформ и персонализированный контент изменяют восприятие информации и взаимодействие с медиаплатформами?
4. Какие ключевые направления карьеры существуют в медиаиндустрии, и какие навыки наиболее востребованы?

**Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_**

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 23**

1. Как изменилось представление о медиаструктуре с появлением интернет-платформ и социальных сетей?
2. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакommunikациях?
3. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.
4. Как цифровизация медиа изменяет требования к специалистам в области журналистики, PR и рекламы?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 24**

1. Какие новые профессии появляются в медиаиндустрии с развитием технологий и цифровых платформ?
2. Как алгоритмы платформ и персонализированный контент изменяют восприятие информации и взаимодействие с медиаплатформами?
3. Что такое фейковые новости, и каковы основные признаки, по которым их можно отличить от достоверной информации?
4. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 25**

1. Какова роль журналистики в медиакommunikациях и каким образом журналисты влияют на общественное восприятие информации?
2. Как изменилось представление о медиаструктуре с появлением интернет-платформ и социальных сетей?
3. Какие стратегии медиакommunikаций наиболее эффективны в эпоху цифровых платформ и социальных сетей?
4. Чем отличаются профессиональные медиа от пользовательских (UGC)? Какова их роль в современном медиaprостранстве?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 26**

1. Какие факторы влияют на формирование медиапривычек пользователей в цифровую эпоху?
2. Как переход от традиционных СМИ к цифровым платформам изменил способы распространения информации и взаимодействие с аудиторией?
3. Что такое "эффект повестки дня" (agenda-setting) и как он работает в современных медиа?
4. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакommunikациях?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 27**

1. Что такое фейковые новости, и каковы основные признаки, по которым их можно отличить от достоверной информации?
2. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.
3. Какие критерии надежности и достоверности информации можно использовать при анализе источников в цифровых медиа?
4. Какие существуют основные типы современных медиа? Приведите примеры для каждого типа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 28**

1. Что такое фейковые новости, и каковы основные признаки, по которым их можно отличить от достоверной информации?
2. Как изменилось поведение аудитории с переходом от традиционных к цифровым медиа?
3. Какие критерии надежности и достоверности информации можно использовать при анализе источников в цифровых медиа?
4. Как изменилось представление о медиаструктуре с появлением интернет-платформ и социальных сетей?

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 29**

1. В чем основные различия между PR и рекламой? Какую роль они играют в медиакommunikациях?
2. Каким образом Big Data влияет на персонализацию контента и рекламные кампании?
3. Какие существуют основные типы современных медиа? Приведите примеры для каждого типа.
4. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт "Цифровой экономики и технологического предпринимательства"  
Дисциплина "Основы медиа"  
Билет № 30**

1. Чем отличаются профессиональные медиа от пользовательских (UGC)? Какова их роль в современном медиапространстве?
2. Какие новые профессии появляются в медиаиндустрии с развитием технологий и цифровых платформ?
3. Какие существуют основные типы современных медиа? Приведите примеры для каждого типа.
4. Каковы ключевые этапы развития медиа от печатных изданий до цифровых платформ? Приведите примеры медиасистем каждого этапа.

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

---