

**ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ-ЭКЗАМЕН ДЛЯ ВЫПУСКНИКОВ БАКАЛАВРИАТА  
(ФИЭБ)**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ  
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ПИМ**

**ЧАСТЬ 1 ПИМ**

**Дисциплина «Основы маркетинга»**

**Задание** (укажите не менее двух вариантов ответов)

В маркетинге нуждой является ...

*Варианты ответов:*

- 1) настоятельное желание получить какое-либо благо или избежать чего-то нежелательного
- 2) финансовая способность покупателя удовлетворить свои потребности
- 3) ощущение нехватки чего-либо или, напротив, желание сохранить состояние удовлетворенности, комфорта
- 4) получение одновременно значительного объема конкретных товаров и услуг с целью создания запаса

**Дисциплина «Основы теории коммуникаций»**

**Задание** (установите соответствие между нумерованными объектами в формулировке задания и вариантами ответов)

Установите соответствие между основными традициями изучения коммуникации по Р. Крейгу и трактовками коммуникации в рамках этих традиций.

1. Семиотическая традиция
2. Феноменологическая традиция
3. Кибернетическая традиция

*Варианты ответов:*

- 1) коммуникация как процесс передачи значения посредством знаков
- 2) коммуникация как система обработки информации
- 3) коммуникация как познание других и себя через диалог
- 4) коммуникация как создание и воплощение социальной реальности
- 5) коммуникация как публичное обращение

**Дисциплина «Психология массовых коммуникаций»**

**Задание** (установите правильную последовательность в предложенной совокупности ответов)

Установите правильную последовательность действий целевой аудитории в случае высокой вовлеченности.

*Варианты ответов:*

- 1) закрепление в памяти отношения к товару/бренду
- 2) использование продукта
- 3) сбор и интерпретация информации о рекламируемых товарах/брендах

- 4) оценка свойств продукта
- 5) активный поиск дополнительной информации для уточнения свойств и других аспектов товара, уточнения собственных потребностей в продукте

### **Дисциплина «Социология массовых коммуникаций»**

**Задание** (укажите не менее двух вариантов ответов)

Массовая коммуникация – это ...

*Варианты ответов:*

- 1) технические средства распространения информации (микрофоны, усилители звука, телевизоры, радиоприемники)
- 2) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовно-практической (образование, воспитание, управление) деятельности
- 3) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории
- 4) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, кино и др.

### **Дисциплина «Теория и практика массовой информации»**

**Задание** (установите соответствие между нумерованными объектами в формулировке задания и вариантами ответов)

Установите соответствие между основными трактовками термина «информация» и их описанием.

1. Информация как данные
2. Информация как знание
3. Информация как содержание

*Варианты ответов:*

- 1) новости, общественно значимые сообщения, переданные через СМИ
- 2) способ взаимодействия между людьми для решения частных задач
- 3) информация как символическая форма, которая проявляется в коммуникации; сведения, которые передаются между акторами коммуникации для кооперации
- 4) совокупность сведений о мире, которые обладают экономической и ресурсной ценностью
- 5) нематериальное воплощение информации в виде кода (0 – нет сигнала, 1 – есть сигнал)

## ЧАСТЬ 2 ПИМ

### Кейс-задание

(Вид профессиональной деятельности: организационно-управленческая)

#### Задание

Агентство «Бест Коммуникейшнс» существует на российском рынке с 2005 г. Из рекламного агентства, которое занималось наружной и печатной рекламой, рекламой в СМИ, через несколько лет «Бест Коммуникейшнс» превратилось в диджитал агентство 360 – одного из лидеров отечественного рынка. Диджитал агентство – это компания, которая занимается продвижением брендов, товаров и услуг, используя цифровые каналы коммуникации. Компания помогает клиентам общаться со своей аудиторией в цифровом пространстве: в Интернете, через приложения для смартфонов и других устройств, а также проводит экспертизу, которая дает возможность определить эффективность коммуникационной кампании и оперативно корректировать разные части коммуникации.

«Бест Коммуникейшнс» оказывает следующие услуги: разработка коммуникационной стратегии, SMM, дизайн, разработка креативной стратегии, видеопродакшн, поддержка, управление проектами, программирование.

Миссия компании – развитие творческих идей и творческого потенциала как внутри агентства, так и в отрасли в целом. Компания постоянно адаптирует собственные управленческие стратегии для повышения эффективности работы и достижения миссии. В настоящее время компания занимается изменением структуры агентства и системы внутренних коммуникаций с целью повышения креативной составляющей во всех агентских проектах. Таким образом, арт-отдел агентства должен присутствовать при решении большинства задач, а управление проектами превращается в их продюсирование.

Краткое содержание информации	Приложение	Файл
Структура агентства	Приложение k1_Pril1	k1_Pril1.doc
Организация проектной работы агентства	Приложение k1_Pril2	k1_Pril2.doc

#### Подзадача 1 (элементы доступны для перетаскивания)

Установите соответствие между функциями сотрудников и их должностями в новой структуре агентства.

Функция	Наименование должности
отвечает за стратегию, расчеты, планирование и тайминг, проектирование, координирование и делегирование, оценку и анализ результатов	
участвует в производстве креативных концепций, выбирает направление визуальной интерпретации идей, мотивирует и обучает, руководит процессом производства визуализации идей	
отвечает за получение прибыли агентства, координацию взаимодействия между клиентами и агентством, коммуникацию с клиентом и внутри агентства, постоянную осведомленность о ситуации и передачу информации	
формирует редакционную политику, составляет контент-план, согласует работу с удаленными авторами; согласует и редактирует тексты, собирает статистику, формирует отчетность	

*Варианты ответов:*

- 1) редактор
- 2) копирайтер
- 3) арт-директор
- 4) продюсер
- 5) исполнительный директор
- 6) аккаунт-менеджер
- 7) PR-менеджер

**Подзадача 2** (установите правильную последовательность в предложенной совокупности ответов)

Установите последовательность этапов действий арт-директора проекта по разработке креативной стратегии для клиента.

*Варианты ответов:*

- 1) презентация результата
- 2) оценка результата
- 3) анализ ситуации
- 4) творческая интерпретация проекта и контроль за ее реализацией на всех этапах
- 5) постановка творческой задачи сотрудникам и установка правил работы над проектом, возможностей и ограничений, регламентов

**Подзадача 3** (укажите не менее двух вариантов ответов)

Коммуникативными действиями, которые направлены на сплочение коллектива, командного духа и креативности, являются ...

*Варианты ответов:*

- 1) издание внутреннего журнала
- 2) обучение сотрудников (воркшопы, мастер-классы, стажировки), в том числе и обмен опытом внутри команды
- 3) организация корпоративов
- 4) участие сотрудников в профессиональных конкурсах
- 5) создание самостоятельных творческих проектов и команд внутри агентства
- 6) проведение мотивационных тренингов

**Подзадача 4** (введите ответы)

С развитием электронных способов коммуникации определенные связи начинают доминировать в работе. Их эффективность выше в процессе творческого труда, когда все упирается в самоконтроль команды. Организация «Бест Коммуникейшнс» планирует начать работу по новому проекту. В новой структуре возрастает количество \_\_\_\_\_ связей. В проектную группу на самом первоначальном этапе работы по проекту должны войти следующие сотрудники ...

В новой структуре возрастает количество \_\_\_\_\_ связей.

Укажите номера должностей сотрудников из структуры проектной команды, которые должны войти в проектную группу на самом первоначальном этапе работы по проекту. (Введите в поле ответа числа через запятую без пробела.)

**Подзадача 5** (элементы доступны для перетаскивания)

Изначально деятельность агентства была сосредоточена в сегменте ATL, со временем, возможно, не выдержав конкуренции, агентство переместило свою деятельность в Интернет. Установите соответствие между отраслью / сферой рекламы и комплексом мероприятий.

<b>Отрасль / сфера рекламы</b>	<b>Комплекс мероприятий</b>
ATL (abovetheline)	
Интернет (internet)	

*Варианты ответов:*

- 1) Анализ и мониторинг информационной среды
- 2) Организация специальных проектов и мероприятий оффлайн
- 3) Видеопродакшн
- 4) Онлайн спецпроекты
- 5) Новые медиа
- 6) Взаимодействие со СМИ

Приложение 1

**Структура агентства**

**Старая структура:**

**Руководство:**

Генеральный директор  
Креативный директор  
Исполнительный директор

**Отделы с руководителями:**

Клиентский отдел  
Стратегический отдел  
Арт-отдел  
Отдел социальных медиа  
Креативный отдел  
Отдел продюсирования

**Общие отделы:**

Отдел маркетинга и PR  
Отдел разработки  
Отдел по работе с медиа  
Юридический отдел  
Бухгалтерия

**Офис-менеджер**

**Новая структура**

**Руководство:**

Генеральный директор  
Креативный директор  
Исполнительный директор

**Отделы с руководителями: нет**

**Структура проектных команд:**

- 1) арт-директор,
- 2) продюсер,

- 3) аккаунт-менеджер,
- 4) редактор,
- 5) копирайтер,
- 6) программист.

**Общие отделы:**

Отдел маркетинга и PR

Отдел разработки

Отдел по работе с медиа

Юридический отдел

Бухгалтерия

**Офис-менеджер**

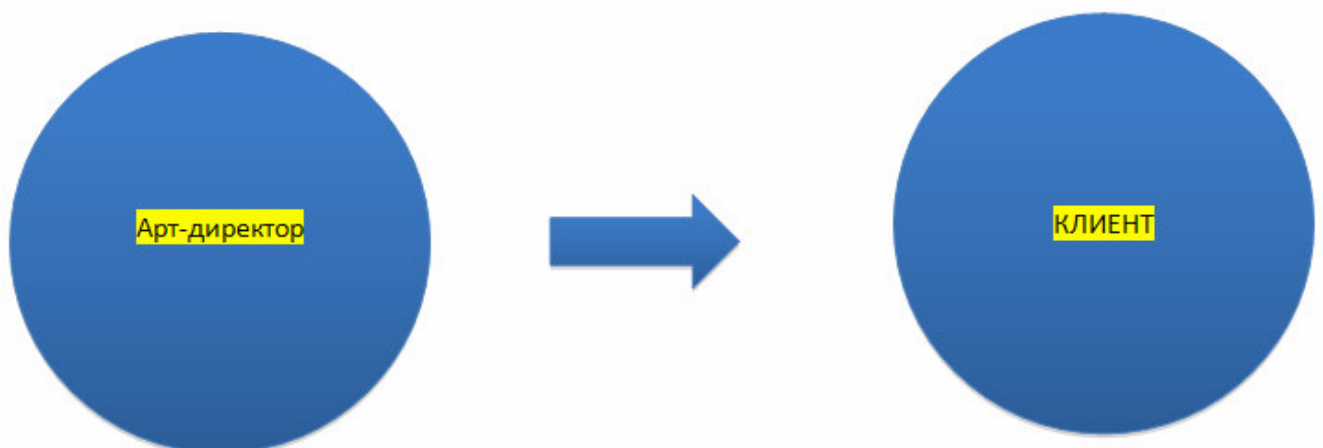
Приложение 2

**Организация проектной работы агентства**

**Лидерство в коммуникации между агентством и клиентом  
от начала работы до финального этапа**



**Презентация дизайн-идеи клиенту**





## Организация работы команды

