

Научная медиакоммуникация

2022/23 учебный год

Второй отборочный этап

Задания тестовой части II отборочного этапа составлены таким образом, что подводят участников, выполняющих ту или иную роль в команде, к определению того набора компетенции, который будет необходим им для решения командных задач как на отборочном, так и далее на заключительном этапе.

Разбивка тестирования по ролям позволяет участнику сосредоточиться как на повышении собственных компетенций, так и задуматься о вкладе каждого в общий успех.

Задача IV.1. Журналистика и PR (12 баллов)

Темы: журналистика, сценаристика, рекламные и PR-коммуникации, связи с общественностью.

Проверка компетенций по одной из командных ролей — «журналист, сценарист, PR».

Условие

Необходимо правильно ответить на вопросы теста.

Баллы: 1 балл за задания №№ 1–8.

1. Соотнесите определение PR-технологии и соответствующее ему понятие.

1. Нетворкинг	А. неформальная разновидность коротких встреч с репортерами с целью краткого и яркого представления проекта/персоны/продукта/компании.
2. Питчи	В. способ построения деловых отношений и связей через знакомства с новыми людьми во время посещения профильных мероприятий.
3. Event	С. специальное мероприятие, уникальный отрезок времени, проводимый с использованием ритуалов и церемоний для удовлетворения потребностей ключевых аудиторий.

Ответ: 1 — В, 2 — А, 3 — С.

2. Соотнесите цели, свойственные рекламной или PR-деятельности.

1. Донесение информации о товаре.
 2. Создание благоприятного имиджа.
 3. Формирование отношений.
 4. Продажа товара.
 5. Выявление интересов ключевых аудиторий.
 6. Убеждение в необходимости товара.
 7. Оценка отношения к бренду.
- А. PR-деятельность.

В. рекламная деятельность.

Ответ: 1, 4, 6 — А; 2, 3, 5, 7 — В.

3. Определите, какую технологию PR следует применить для решения каждой из нижеприведенных проблем.

1. Промышленные бедствия, происходящие в результате воздействия крупных промышленных предприятий на окружающую среду в небольшом или глобальном масштабе.	А. исследования и аудит
2. Отсутствие сплоченности в коллективе компании, слабый корпоративный дух.	В. информационные материалы
3. Повышение уровня социальной ответственности.	С. event
4. Необходимость в смене/корректировке PR-стратегии компании, к подготовке к PR-кампании (определение ключевых сообщений, каналов размещения и др.)	Д. выступления спикеров в качестве экспертов
5. Проведение мероприятий для прессы (пресс-завтрак, пресс-конференция, презентация и др.)	Е. благотворительность

Ответ: 1 — Д, 2 — С, 3 — Е, 4 — А, 5 — В.

4. Какие проблемы решает внутрикорпоративный event.
- А. Конфликт между отдельными сотрудниками или подразделениями.
 - В. Текучесть кадров.
 - С. Низкая лояльность.
 - Д. Незнание руководства и планов компании.
 - Е. Низкий уровень антикризисного воодушевления.
 - Ф. Низкая активность сотрудников компании.

Ответ: все перечисленные.

5. Выберите технологию, которая является отправной точкой начала успешной информационной кампании?
- А. Стратегическое планирование.
 - В. Информационные материалы.
 - С. Исследования и аудит.
 - Д. Нетворкинг.

Ответ: С.

6. Выберите «инфлюенсеров», наиболее подходящих для продвижения PR-объекта среди молодой аудитории.
- А. Пранкеры.
 - В. Геймеры и стримеры.
 - С. Обзорщики.
 - Д. Ведущие шоу.
 - Е. Вайнеры.
 - Ф. Фотоблогеры.

Ответ: А, С, Е.

7. Прочитайте тексты, представленные ниже, и определите, к каким видам текстов они относятся.

Текст 1

РОК.doc выступит с акустическим концертом на крыше НИ-НАТ 20 августа!

По промокоду ROOF приобретайте билеты без сервисного сбора:

[https://clck.ru/Q7Wtp!](https://clck.ru/Q7Wtp)

Срок действия промокода: до 23.59 8 августа.

По прекрасной традиции этим летом песни РОК.doc прозвучат с одной из крыш Санкт-Петербурга!

Что может быть лучше концерта любимой группы под открытым небом? Только то, что программа этого вечера будет особенной. В акустических версиях прозвучат песни, которые были саундтреком для лучших моментов нашей жизни!

РОК.doc — признанный флагман отечественной альтернативной сцены, обладатели двух премий RAMP и двух премий «Чартова дюжина». Без их участия не обходится ни один крупнейший рок-фестиваль страны, от «НАШЕствия» до KUBANA.

Текст 2

Владельцы крыс, вы ориентируетесь на своих питомцев, когда решаете, в чём выйти на улицу?

Демонстрируют звери своё ощущение погоды, или, несмотря на жару или дождь, ведут себя одинаково?

А между тем, крысы, как и многие другие животные, могут довольно точно предсказывать наступление дождей и других погодных явлений, опираясь на изменения влажности воздуха, температуры и направления и силы ветра. Как они это делают, до сих пор остается предметом споров среди ученых, однако, многие биологи предполагают, что силу ветра и другие погодные параметры животные «считывают» при помощи своих усов-вибрисс.

Текст 3

На сегодняшний день количество интернет-магазинов бытовой техники достигло такого количества, что их уже практически невозможно сосчитать.

Что вообще такое интернет-магазин?

Интернет-магазин — это дистанционный способ продажи товаров через Интернет с предварительной демонстрацией товаров посредством средств связи (интернета). Поскольку в России все более развивается интернет и увеличивается количество людей, которым не хочется терять время на поездку в обычный магазин или привлекает более низкая, чем в обычных магазинах цена, то этот сектор продаж активно развивается сегодня. Все больше новых «игроков» появляется на этом рынке и все более трудно понять, почему их так много, и выбрать поставщика с учетом своих «критериев».

Почему в интернете дешевле? Все очень просто: торговля через интернет дает возможность продавцу тратить меньше денег на организацию торговли, что и позволяет ему работать с меньшей наценкой.

Почему в одних интернет-магазинах и в других цены могут довольно сильно различаться? Потому что каждый продавец организует разный уровень продажного сервиса для своих покупателей и по-разному решает их послепродажные проблемы, если они возникают.

В этой статье речь пойдет об основных факторах выбора интернет-магазина бытовой техники.

- A. Развлекательный.
- B. Информационный.
- C. Продающий.

Ответ: Текст 1 — C, Текст 2 — A, Текст 3 — B.

8. Подберите наиболее подходящий заголовок к статье, о которой идёт речь в тексте 3 в предыдущем вопросе.
- A. Выбираем интернет-магазин бытовой техники. 5 простых подсказок.
 - B. Будущее за интернет продажами
 - C. Ищите бытовую технику? Вам сюда!

Ответ: A.

Баллы: 2 балл за задания №№ 9–10.

9. Отметьте основные требования к эффективному контенту для социальных медиа по направлению научной медиажурналистики.
- A. Уникальность.
 - B. Наличие гиперссылок.
 - C. Релевантность целевой аудитории подписчиков.
 - D. Высокое качество.
 - E. Юмористическая или развлекательная тематика.
 - F. Многообразие типов и тематик контента.
 - G. Простота изложения.

Ответ: A, C, D, G.

10. Расставьте по порядку обязательные структурные элементы PR-проекта.
- A. Этапы реализации.
 - B. Целевая аудитория.
 - C. Проблематика.
 - D. Ключевые сообщения кампании.
 - E. Цели и задачи.
 - F. Коммуникационная стратегия.
 - G. Креативные решения.
 - H. Тактика.

Ответ: C, B, E, F, H, G, D, A.

Задача IV.2. Web-дизайн, smt (12 баллов)

Темы: создание и наполнение сайтов и ресурсов в социальных сетях.

Проверка компетенций по одной из командных ролей — «web-дизайн, smt».

Условие

Необходимо правильно ответить на вопросы теста.

Баллы: 1 балл за задания №№ 1–8.

1. Подберите наиболее точное описание социального портрета пользователя приведенных ниже социальных медиа.

1. Пользователи этого ресурса преимущественно женщины — 75%, средний возраст — около 40 лет. Сообщества на этой платформе напоминают дружеские посиделки. Здесь делятся рецептами, информацией о скидках и удачных местах для бюджетного семейного отдыха. Потребитель здесь непритязателен, видеоряд самый элементарный.	А. TenChat
2. Гендерное распределение — 50/50, средний возраст — 30 лет, среднее время, проводимое в социальной сети, — 35 минут в день. Пользователи активно работают, имеют постоянные доходы и желают приобретать. Сеть имеет удобные автоматизированные системы таргетинга и показа контента, широко используется в крупных городах СНГ.	В. YouTube
3. Аудитория данной социальной сети больше представлена мужчинами в возрасте от 18 до 24 лет. Они в основном ищут контент про гаджеты, электронику, компьютерные игры, спорт, автомобили, новости, хобби и науку. Это второй по популярности канал в мире для компаний, делящихся контентом.	С. Одноклассники
4. 47,1% пользователей данной социальной сети — сотрудники компаний, 34,8% — фрилансеры, еще 18,1% — предприниматели и владельцы бизнеса. Ядро аудитории составляют пользователи в возрасте от 25 до 44 лет. Основные интересы аудитории — бизнес, финансы, право, маркетинг и PR, а также IT-разработка. Это самая молодая социальная сеть из представленных в данном задании.	Д. Вконтакте

Ответ: 1 — С, 2 — D, 3 — В, 4 — А.

2. Проставьте баллы от 1 до 5 в соответствии с популярностью и востребованностью типов контента в современных социальных медиа, где 1 — менее востребован, 5 — самый востребованный.

- А. Фото.
- В. Мемы.
- С. Короткие видео.
- Д. Тексты без визуализации.
- Е. Длинные видео.

Ответ:

- А. Фото — 2.
- В. Мемы — 4.
- С. Короткие видео — 5.
- Д. Тексты без визуализации — 1.
- Е. Длинные видео — 3.

3. Соотнесите показатели статистики социальных сетей с критериями создания контента (на что влияют показатели статистики?)

1. Время, проводимое в социальной сети	А. язык контента и toneofvoice
2. Возраст пользователя	В. тип контента, его объем/ длительность
3. Платежеспособность пользователя	С. тематика аккаунта

Ответ: 1 — В, 2 — А, 3 — С.

4. На основе каких 3 основных элементов строится коммуникационная стратегия продвижения продукта в социальных медиа?
- А. Присутствие и активность конкурентов.
 - В. Технические характеристики социальной сети.
 - С. Цель.
 - Д. Наличие креативной идеи.
 - Е. Исходные ресурсы.
 - Ф. Характеристики целевой аудитории.

Ответ: С, Е, Ф.

5. Можно ли создать на Tilda глубокий сайт, к примеру, интернет-магазин?
- А. Нет, т. к. Tilda — инструмент разработки лендингов
 - В. Можно, но функциональность такого сайта будет ограничена
 - С. Можно в полном объеме

Ответ: С.

6. Можно ли переделывать блоки в Tilda?
- А. Можно выстроить элементы как угодно в любом блоке.
 - В. Нельзя, но можно создать свой в ZeroBlock.

Ответ: В.

7. Позволяет ли Tilda менять SEO настройки?
- А. Да, можно задать Title и Description.
 - В. Нет, так как эти данные задаются шаблоном.
 - С. Можно настроить только заголовки.

Ответ: А.

8. Поддерживает ли Tilda анимации?
- А. Да, поддерживает.
 - В. Нет, не поддерживает.
 - С. Анимации можно интегрировать в полной версии.

Ответ: А.

Баллы: 2 балл за задания №№ 9–10.

9. Ознакомьтесь с сайтом <https://henryheffernan.com/> и ответьте на вопрос. Какие модели вы наблюдаете на сайте?
- А. Высокополигональные.
 - В. Низкополигональные.

Ответ: В.

10. Ознакомьтесь с сайтом <https://henryheffernan.com/> и ответьте на вопрос.

Что использовано на сайте для отрисовки 3D моделей?

- A. Сайт исполнен на Tilda, где есть встроенные инструменты.
- B. Сайт использует библиотеки, такие как `three.js`.
- C. Модель загружена на сторонний ресурс и встроена через него.

Ответ: B.

Задача IV.3. Научная коммуникация (10 баллов)

Темы: научная коммуникация, журналистика, PR.

Знание основ научной коммуникации всеми необходимо для правильного понимания финальной задачи и разработки стратегии ее реализации.

Условие

Необходимо правильно ответить на вопросы теста.

Баллы: 1 балл за задания №№ 1–6.

1. Сопоставьте характеристики и явления.

- 1. Научные коммуникации, нацеленные на взаимодействие между наукой и обществом.
- 2. Коммуникации в науке, нацеленные на взаимодействие внутри научного сообщества.
- A. Анатомические театры.
- B. «Республика ученых» XVII-XVIII веков.
- C. Защита диссертации кандидатом наук в закрытом режиме.
- D. Просветительская лекция в Политехническом музее.
- E. Аналитическая записка в президиум РАН по вопросам развития исследований в области физики плазмы в РФ от академика-секретаря отделения физических наук РАН.
- F. Создание корпоративного музея при РАН.

Ответ: 1 — A, D, F; 2 — B, C, E.

2. Какие из перечисленных пунктов, по Вашему мнению, соответствуют критериям отбора для участия в проектах по гражданской науке?

- A. Наличие узкоспециализированных знаний, умений и навыков в интересующей научной области.
- B. Наличие научной степени и официальное признание научным сообществом.
- C. Участник специализированных подготовительных курсов, прошедший адаптацию для взаимодействия с научной средой.
- D. Любой заинтересованный человек, которому специалисты предоставят необходимые материалы, оборудование и соответствующие инструкции.

Ответ: D.

3. Назовите ключевую в России ежегодную премию сфере медиа за популяризацию научных достижений и поддержку престижа научной деятельности.

- A. За Верность науке.
- B. Премия Правительства Российской Федерации в области науки и техники.

-
- C. Коммуникационная лаборатория.
 - D. Премия российского общества «Знание».

Ответ: А.

4. Соотнесите приведенные субъекты коммуникаций с их видами.
- 1. СМИ.
 - 2. Партнеры.
 - 3. Сотрудники.
 - 4. Потребители.
 - 5. Поставщики.
 - 6. Родственники сотрудников.
- A. Внутренняя.
 - B. Внешняя.

Ответ: 1, 2, 4, 5 — А; 3, 6 — В.

5. Выберите форматы, не подходящие для научных коммуникаций с участием школьников с учетом законодательных ограничений РФ и правил научной этики.
- A. Международная научно-практическая конференция по вопросам научно-образовательной деятельности в школе.
 - B. Участие школьников в проектах по гражданской науке.
 - C. Эксперименты над школьниками.
 - D. Научно-образовательная школьная олимпиада.
 - E. Проекты на основе деловых игр и проектов в области геймификации научного знания.
 - F. Представление результатов многолетних социологических исследований по вопросам готовности школьников к научным коммуникациям.

Ответ: А, С, D, E.

6. Перечислите, какие пункты относятся к основным видам отношений в PR-деятельности.
- A. Отношения со СМИ.
 - B. Отношения с общественностью.
 - C. Отношения с чиновниками.
 - D. Личные отношения.
 - E. Отношения с инвесторами.
 - F. Отношения с законом.
 - G. Отношения с работодателем.

Ответ: А, B, C, E.

Баллы: 2 балл за задания №№ 7–8.

7. Выберите общественно значимые проблемы, препятствующие развитию современных научных коммуникаций.
- A. Отсутствие единых критериев оценки эффективности научных коммуникаций.
 - B. Отсутствие понимания важности научных коммуникаций среди представителей научного сообщества, лидеров мнений и общества.
 - C. Кризис доверия к науке и научной экспертизе в условиях трансформации

ценностей, стандартов и образов жизни.

- D. Страх перед результатами научной деятельности в условиях технопессимизма сообществ и групп интересов.
- E. Недостаточная подготовка специалистов в области научных коммуникаций к среде коммуникационного обмена
- F. Отсутствие профессионального стандарта. специалистов в области научных коммуникаций и научной журналистики.

Ответ: B, C, D.

8. Прочитайте текст:

Тема освоения Космического пространства человечеством в последние годы заиграла новыми красками. Снова человечество обратило внимание на практически безграничные в масштабе нашей Вселенной рубежи и строит новые планы по освоению Космоса человеком при участии хорошо оснащенных космонавтов и фантастической робототехники. Вполне естественно, что в этом вопросе все больше и больше значение приобретает разработка новых классов материалов для успеха космической миссии человечества. Если задуматься о жизненно необходимых вещах для межпланетного путешествия, то, в первую очередь, важно вспомнить о теплоизоляционных материалах, которые были бы способны сохранить тепло (энергию) на космическом корабле. Важной задачей для современной космической станции является возможность аккумулировать энергию Солнца — практически единственного освоенного человеком источника энергии в межзвездном пространстве. Актуальны вопросы быстрой передачи сигнала с борта на Землю или между космическими объектами. В перспективе, может стать актуальной задачей маскировки космических объектов. О самых новых идеях нанотехнологов и материаловедов для космических программ можно узнать из образовательного модуля «Наноматериалы и Космос». В фокусе модуля фотонные кристаллы и сверхлегкие материалы, солнечные панели и нанокристаллические материалы для просветления оптики.

Какова цель данного текста?

- A. Описать первостепенные задачи в освоении Космоса на сегодняшний день.
- B. Показать актуальность образовательного модуля «Наноматериалы и Космос».
- C. Популяризовать новые идеи нанотехнологов и материаловедов для космических программ.

Ответ: B.

Задача IV.4. CGI и AR-технологии (10 баллов)

Темы: создание объектов 3D графики и AR-приложений, видеопроизводство, анимация, CGI.

Проверка компетенций по одной из командных ролей — «специалист по CGI, AR».

Условие

Необходимо правильно ответить на вопросы теста.

Баллы: 1 балл за задания №№ 1–6.

1. Процесс создания 3D модели называется.

- A. Обрубовка.
- B. Моделинг.
- C. Скульптинг.
- D. Визуализация.

Ответ: B.

2. Как называется модель, где содержится 100 000 полигонов?

- A. Lowpoly.
- B. Highpoly.
- C. Middlepoly.
- D. Enoughpoly.

Ответ: A.

3. Дайте определение термину скульптинг.

- A. Назначение поверхностям моделей растровых или процедурных текстур.
- B. Установка источников света.
- C. Трёхмерная «лепка».
- D. Вывод полученного изображения на устройство вывода.
- E. Процесс создания 3D модели.

Ответ: C.

4. Что такое рендеринг?

- A. Трёхмерные или стереоскопические дисплеи.
- B. Установка и настройка источников света.
- C. Построение проекции в соответствии с выбранной физической моделью.
- D. Вывод полученного изображения на устройство вывода — дисплей.

Ответ: D.

5. PBR текстурой является.

- A. Regular color card.
- B. Height transparency map.
- C. World Space Normal.
- D. Phantom groove.

Ответ: C.

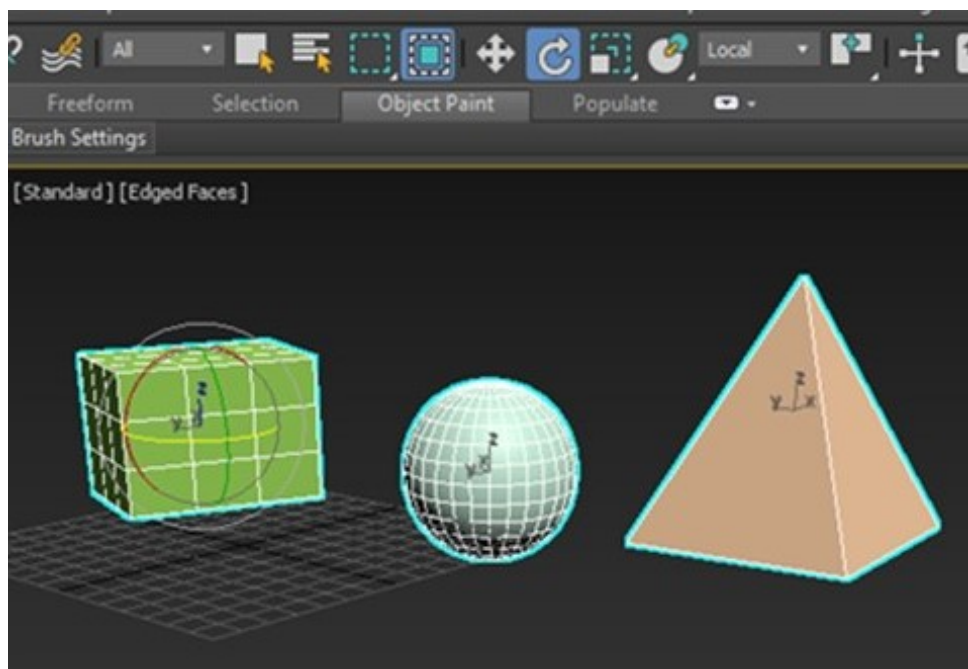
6. Как можно переместить опорную точку объекта в 3DMAX?

- A. File - edit.
- B. В окне modify.
- C. Панель Hierarchy.
- D. Опорная точка объекта не перемещается.

Ответ: C.

Баллы: 2 балл за задания №№ 7–8.

7. Как будут вращаться эти объекты?



- A. Вокруг общего центра.
- B. Вокруг центра активного окна.
- C. Каждый вокруг своего центра.
- D. Нельзя вращать несколько объектов сразу.

Ответ: C.

8. Можно ли в конструкторе сайтов Tilda интегрировать свой код, к примеру, код, который выведет 3D модель в блок?
- A. Можно, но только в премиум тарифе.
 - B. Можно в любом тарифе.
 - C. Нельзя, Tilda позволяет управлять исключительно стилями.

Ответ: A.

Задача IV.5. Видеопроизводство (16 баллов)

Темы: съемка и обработка фото и видеоматериалов, организация трансляций.

Проверка компетенций по одной из командных ролей — «видеооператор, монтажер».

Условие

Необходимо правильно ответить на вопросы теста.

Баллы: 1 балл за задания №№ 1–16.

1. Выберите правила композиции.
 - A. Золотое сечение.
 - B. Правило половин.
 - C. Звуковое совмещение.
 - D. Баланс.

Ответ: А, D.

2. В каких единицах измеряется цветовая температура?
- А. Дюймах.
 - В. Нанометрах.
 - С. Секундах Маера.
 - Д. Градусах Цельсия.
 - Е. Градусах Кельвина.

Ответ: Е.

3. Какие типы освещения существуют?
- А. Рисующий.
 - В. Заливающий.
 - С. Фоновой.
 - Д. Контровой.
 - Е. Заполняющий.
 - Ф. Окрашивающий.

Ответ: А, С, D, Е.

4. Расположите типы объективов по возрастанию фокусного расстояния.
- А. Широкоугольный.
 - В. Нормальный.
 - С. Телеобъектив.

Ответ: А, В, С.

5. На какие свойства фотографического изображения влияет Диафрагма?
- А. Освещённость кадра.
 - В. Глубина резкости.
 - С. Смаз изображения.

Ответ: А, В.

6. При каком значении диафрагмы получится наименьшая глубина резкости?
- А. 4.
 - В. 5.6.
 - С. 8.
 - Д. 11.

Ответ: D.

7. При каком значении фокусного расстояния искажения изображения будут наименее заметны при съёмке на 35 мм плёнку?
- А. «300».
 - В. «50».
 - С. «35».
 - Д. «14».

Ответ: В.

8. Какой горячей клавишей включается инструмент «Подрезка» в Adobe premier pro по умолчанию?
- А. «V».

-
- B. «A».
 - C. «C».
 - D. «R».

Ответ: C.

9. Расположите кодеки по порядку возрастания качества.
- A. H.264.
 - B. H.265.
 - C. PRORES.
 - D. RAW.

Ответ: A, B, C, D.

10. Что такое «Области Lumetri»?
- A. Панель контрольных диаграмм.
 - B. Цвет подходящий для замены фона.
 - C. Панель инструментов цветокоррекции.
 - D. Эффект для регулировки цвета текста.
 - E. Панель инструментов управления цветом рисованных элементов.

Ответ: A.

11. Как создать новую ноду корректор в DaVinci Resolve?
- A. Ctrl+N.
 - B. Alt+K.
 - C. Ctrl+alt+R.
 - D. Alt+P.
 - E. Ctrl+M.

Ответ: B.

12. Что такое qualifier в DaVinci Resolve?
- A. Инструмент локальной цветокоррекции.
 - B. Инструмент регулирования скорости воспроизведения.
 - C. Эффект для создания фрактальных композиций.
 - D. Инструмент сортировки клипов в DaVinci Resolve.

Ответ: A.

13. Расположите этапы работы с цветокоррекцией по порядку.
- A. Выравнивание изображения.
 - B. Тонирование изображения.
 - C. Работа с деталями.

Ответ: A, B, C.

14. С помощью какого инструмента возможно создать такой тип сцены в OBS.
- A. Маска изображения/смешивание.
 - B. Яркостный ключ.
 - C. Цветовой ключ.
 - D. Такой тип сцены нельзя создать в OBS.

Ответ: A.

15. С помощью каких сервисов можно осуществить прямую видеоконференцсвязь пользуясь программой Vmix.

- A. vMixCall.
- B. Яндекс Телемост.
- C. VK Звонки.
- D. Zoom.
- E. Instagram.
- F. Сферум.
- G. True Conf.

Ответ: A, B, C, D, F, G.

16. Какой тип источника возможно создать в программе Vmix.

- A. Video input.
- B. Audio input.
- C. Mix.
- D. NDI/Desktop Capture.
- E. Virtual Set.

Ответ: B, C, D, E.

Задача IV.6. Командная задача (120 баллов)

Темы: включает все компетенции, перечисленные в тестовой части отборочного этапа. Она может быть решена только совместными усилиями всех членов команды, имеет специфические требования к каждой из ролей, требует согласованного решения о распределении подзадач и сведения решений каждого в единый продукт.

Условие

Задача команды: создать медиа-продукт о какой-либо из околоземных космических систем, аппарате, применяемом на низких космических орбитах, отечественной разработки. Итоговый результат должен представлять собой сайт (лендинг) с текстовым, фото-, видеоконтентом и встроенной 3D-моделью.

Выбор темы осуществляется командой самостоятельно. Вся первичная информация о возможных темах создаваемого проекта находится на сайте «Ключ на старт»: <https://space4kids.ru/>.

Команде необходимо:

1. Выбрать тему.
2. Создать сайт:
 - должен представлять собой лендинг;
 - должен подробно, точно и интересно представлять выбранную тему;
 - должен содержать текстовые материалы, фото- и видеоматериалы;
 - должен содержать встроенную 3D-модель;
 - должен содержать список (по возможности с указанием ссылок) на источники информации, которые были использованы для изучения темы.

-
3. 3D-модель должна быть разработана самостоятельно и представлять собой модель шлема, максимально точно воспроизводящую предложенный референс:



Для оценки модели требуется предоставить показательный рендер модели в формате JPG, разрешение 1280 × 1024 и скриншот из программы редактора с сеткой без мешей.

4. Сайт должен содержать как информацию из внешних источников, так и уникальный, разработанный командой контент. Уникальный контент — написанные самостоятельно тексты, видеоматериал, 3D-модель.
- Тексты: не менее 3-х шт., должны быть уникальными, грамотными, с правильным использованием терминологии и цитат, соответствовать теме проекта и его целевой аудитории.
 - Видео материал должен быть уникальным, соответствовать теме проекта, продолжительностью не более 2,5 минут, со стенд-ап ведущим, содержать

инфографику по теме проекта (1–3 объекта, в том числе анимированных), титры (на ведущего и других действующих лиц, анимированные) правильную экспозицию, не рванную разборчивую речь, атмосферные шумы.

- 3D-модель (п. 3) должна быть встроена в сайт.
 - Дополнительные баллы могут быть получены за оформление всех материалов в одном стиле, с помощью уникальных графических элементов.
5. На данном этапе от команды не требуется и не оценивается взаимодействие с экспертами, представителями научного сообщества (интервью, репортажи и пр.) и с целевой аудиторией (создание сообщества подписчиков и пр.)

Ответ: правильным ответом на задачу является предоставление готового медиа-продукта, в котором соблюдены все перечисленные выше условия.

Формат предоставления ответа:

1. Название команды.
2. Состав команды с указанием ролей.
3. Ссылка на сайт (лендинг).
4. Показательный рендер 3D-модели в формате JPG и скриншот из программы редактора.