Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 03.09.2025 09:51:19
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc5404983128

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»
Факультет экономики и управления
Кафедра маркетинга, сервиса и туризма

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Уровень высшего образования
Бакалавриат
Квалификация (степень):

Бакалавр

Год начала подготовки

2025

Майкоп

ФОС для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) или практике, входящей в состав соответственно рабочей программы дисциплины (модуля) или программы практики, включает в себя:

1) перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

2) описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

3) типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Данный раздел содержит контролирующие материалы по дисциплине, в числе которых могут быть кейс-задания, задания для контрольной работы, тестовые задания, темы рефератов, примерная тематика курсовых работ, вопросы к зачету, вопросы к экзамену и другие.

4) методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций. В данном разделе приводятся требования и критерии оценивания знаний, умений, навыков и опыта практической деятельности в соответствии с набором контролирующих материалов, представленных в предыдущем разделе.

Ответственность за разработку ФОС для проведения промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования по дисциплине (модулю) или практике и поддержание его в актуальном состоянии несет автор рабочей программы и заведующий кафедрой, за которой закреплена данная дисциплина (модуль) или практика.

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.02 Философия*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи			
1	1		Философия
1	1		Математика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	3		Концепции современного естествознания
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности			
1	1		Философия
1	1		Математика
3	3		Концепции современного естествознания
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи			
1	1		Философия
1	1		Математика
3	3		Концепции современного естествознания
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	**удовлетворительно**	**хорошо**	**отлично**	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, рефераты, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
поводу собственной и мыслительной деятельности					
Уметь: аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности					
Знать: основные термины и базовые элементы, методы исследований в системе социально-гуманитарном знания.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, рефераты, экзамен
Уметь: критически оценивать информацию, независимо от источника, самостоятельно приобретать и систематизировать знания, аргументированно отстаивать свою точку зрения.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: конкретной методологией и базовыми методами социально-гуманитарных дисциплин, позволяющими осуществлять решение широкого класса задач научно-исследовательского и прикладного характера.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, рефераты, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.					
Уметь: аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Философская и научная картина мира XX в.

2.Философия и политика.
3. Философия и религия.
4. Философия милетской школы.
5. Философия элеатов.
6.Объективный идеализм Платона. Учение о государстве.

7.Философские взгляды Аристотеля.
8. Этическая философия Сократа.
9.Философская система Ф. Аквинского.
10. Ф. Бэкон и Р.Декарт. Сенсуализм и рационализм Нового времени.
11. Материализм и пантеизм Спинозы.
12. Французский материализм XVIII века.
13.И. Кант - основоположник классической немецкой философии.
14. Философия Г. Гегеля. Система и метод.
15. Антропологический материализм Л.Фейербаха.
16. Философия марксизма.

17.Феноменология Э. Гуссерля.

18.Философские взгляды В.Соловьева

19.Философские взгляды Н. Бердяева
20. Русская философия X1X века. Основные идеи и направления.
21. Проблема бытия в философии.

22.Проблема человека в философии.
23. З.Фрейд о бессознательном и сознании.
24. Проблема смысла жизни в философии.
25. Проблема личности и ее свободы в философии.
26. Диалектика свободы и ответственности в современной философии.
27. Идеи космизма в отечественной философской мысли..

28. Собственность и эксплуатация. Современная философская интерпретация.
29. Социальное пространство и время: основные закономерности развития.
30. Информационное общество: его противоречия перспективы развития.
31. Кризис мировой цивилизации в начале XX1 века и пути его разрешения.
32. Сущность глобальных проблем и пути их решения.
33. Восточная и западная цивилизации. Их особенности.
34. Особенности российской цивилизации.
35. Элитарная и массовая культура.
36. Основные черты техногенной цивилизации.
37. Традиционная и современная культура.
38. Проблемы познания в русской философии.
39. Проблема критерия истины в философии и науке.
40. Естественнонаучное и гуманитарное познание, их сходство и различие.

Вопросы к экзамену

1. Понятие, предмет и задачи философии.

2. Структура философии.

3. Научные, философские и религиозные картины мира.

4. Общие закономерности и особенности развития философии Запада и Востока в период Древнего мира.

5. Античная философия: основные проблемы, понятия, течения.

6. Философское учение Сократа.

7. Философия Платона.

8. Философское учение Аристотеля.

9. Римско-эллинистические школы Античной философии: стоицизм, скептицизм, эпикуреизм, кинизм.

10. Общие закономерности и особенности развития философии Запада и Востока в период средневековья.

11. Специфика средневековой философии: апологетика, патристика, схоластика.

12. Философия эпохи Возрождения.

13. Эмпиризм и учение об «идолах» Ф. Бэкона.

14. Рационализм Р.Декарта и его дуалистическая философия.

15. Учение о субстанции Б. Спинозы.

16. Плюралистическая концепция бытия Г. Лейбница.

17. Материалистический сенсуализм Дж. Локка.

18. Философия эпохи Просвещения.

19. И.Кант – основоположник классической немецкой философии.

20. Философская система и метод Г.Гегеля.

21. Антропологический принцип Л.Фейербаха.

22. Марксистская философия. Судьба марксизма в XX-XXIв.

23. Русская философия X1X века. «Западники» и «славянофилы».

24. Философия «всеединства» В.Соловьева.

25. Современная западная философия: экзистенциализм, неотомизм, герменевтика, психоаналитическая философия, позитивизм.

26. Проблема сознания в философии: сознание, самосознание, бессознательное.

27. Познание, творчество, практика. Сознание и познание.

28. Понятие истины. Истина относительная и абсолютная, оценка и ценность.

29. Понятие науки. Научное и вненаучное знание. Критерии научности.

30. Структура научного познания, его методы и формы. Роль науки в общественном прогрессе.

31. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности.

32. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Вера и знание. Понимание и объяснение.

33. Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия. Самоорганизация бытия.

34. Единство материи, движения, пространства и времени.

35. Диалектика и ее исторические формы. Детерминизм и индетерминизм.

36. Основные законы диалектики. Динамические и статистические закономерности.

37. Общество и его структура.

38. Человек и исторический процесс. Личность и массы. Свобода и необходимость.

39. Гражданское общество и государство. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития.

40. Человек как философская проблема. Проблема антропосоциогенеза. Природное и социальное в человеке.

41. Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность.

42. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности.

43. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни.

44. Религиозные ценности и свобода совести.

45. Понятие культуры. Культура и цивилизация.

46. Основные философско-этические категории и направления.

47. НТР и ее перспективы.

48. Человек и природа. Общество и природа: их взаимосвязь и взаимодействие.

49. Глобальные проблемы современности и пути их разрешения.

50. Будущее человечества. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы учащегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

«удовлетвори-тельно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Критерии оценки знаний на экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса.

Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать25—30 билетов.

Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Учащийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» **-** студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 29.08.2023	Триль Юлия Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 31.08.2023	Сиюхова Аминет Магаметовна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 11.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.03 Математика*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи			
1	1		Математика
3	3		Концепции современного естествознания
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи			
1	1		Философия
1	1		Математика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	3		Концепции современного естествознания
УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки			
1	1		Математика
3	3		Концепции современного естествознания
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности			
1	1		Философия
1	1		Математика
3	3		Концепции современного естествознания
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи			
1	1		Философия
1	1		Математика
3	3		Концепции современного естествознания
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольные работы, тесты, письменный и устный опрос, онлайн курс, экзамен
Уметь: аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи					
Знать: особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему;- логические формы и процедуры, демонстрировать способность к рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольные работы, тесты, письменный и устный опрос, онлайн курс, экзамен
Уметь: анализировать источники информации с точки зрения временных и пространственных условий их	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
возникновения.					
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольные работы, тесты, письменный и устный опрос, онлайн курс, экзамен
Уметь: аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности					
Знать: основные термины и базовые элементы, методы исследований в системе социально-гуманитарном знания.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольные работы, тесты, письменный и устный опрос, онлайн курс, экзамен
Уметь: критически оценивать информацию, независимо от источника, самостоятельно приобретать и систематизировать знания, аргументированно отстаивать свою точку зрения.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: конкретной методологией и	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении	Успешное и систематическое применение	

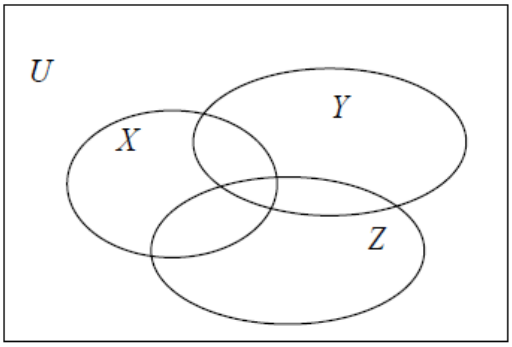
Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
базовыми методами социально-гуманитарных дисциплин, позволяющими осуществлять решение широкого класса задач научно-исследовательского и прикладного характера.			навыков допускаются пробелы	навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольные работы, тесты, письменный и устный опрос, онлайн курс, экзамен
Уметь: аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Контрольные работы (по темам дисциплины)

Тема «Введение в математический анализ»

Задание 1. Даны универсальное множество U и множества X, Y, Z:



Изобразить на диаграмме Эйлера-Венна множество $X \cap \overline{Y}$.

Задание 2. Найти область определения функции $y = \sqrt{x} + \sqrt{1-x}$.

Задание 3. Установить четность или нечетность функции $y = \dfrac{x^3 + 4}{x^2}$.

Задание 4. Вычислить пределы функций:

а) $\lim\limits_{x \to x_0} \dfrac{2x^2 - 5x - 3}{3x^2 - 4x - 15}$, при $x_0 = 3/2;\ x_0 = 3;\ x_0 = \infty$.

б) $\lim\limits_{x \to 4} \dfrac{\sqrt{x-1} - \sqrt{7-x}}{x-4}$;

в) $\lim\limits_{x \to 0} \dfrac{3x}{\operatorname{arctg} 4x}$;

г) $\lim\limits_{x \to \infty} \left(\dfrac{2x-3}{2x+5} \right)^{3x+2}$.

Задание 5. Найти точки разрыва функции, если они существуют. Сделать чертеж.

$$f(x) = \begin{cases} 2x^2, \text{ если } x \le 0, \\ \cos x, \text{ если } 0 < x \le \pi/2, \\ x - \pi/2, \text{ если } x > \pi/2. \end{cases}$$

Тема «Дифференциальное исчисление функции одной переменной»

Задание 1. Вычислить производные функций: а) $y = 5^x - x\cos 3x$; б) $y = \dfrac{x}{1-x^2}$.

Задание 2. Найти интервалы монотонности и точки экстремума функции $y = \dfrac{x^2 + 2x}{x-1}$.

Задание 3. Найти интервалы выпуклости и точки перегиба графика функции $y = \dfrac{1}{5}x^5 - 4x^2$.

Задание 4. Найти наибольшее и наименьшее значения функции $y = 3x^4 + 4x^3 + 1$ непрерывной на отрезке $[-2,1]$.

Задание 5. Исследовать функцию $y = \dfrac{x}{1-x^2}$ и построить ее график.

Тема «Интегральное исчисление»

Задания контрольной работы стр. 362-380 в учебнике: Курс высшей математики [Электронный ресурс]: учебник. Ч. 1/ М.К. Беданоков М.К. и др. – Майкоп: Магарин О.Г., 2013. – 384 с. – Режим доступа: http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2000047917

Тема «Дифференциальное исчисление функций нескольких переменных»

Задание 1. Исследовать на экстремум функцию

$$z = x^2 + y^2 - xy + x + y + 2.$$

Задание 2. Найти наибольшее и наименьшее значения функции

$$z = x^2 - y^2 + 2xy - 2x + 2y + 3$$

в треугольнике, ограниченном прямыми $y = 0$, $x = 2$, $y = x + 2$.

Задание 3. Найти дифференциал второго порядка функции $z = \sin(xy)$.

Задание 4. Найти градиент функции $z = \sqrt{5x^2 - y^2}$ в точке A(1;1) и производную в точке A по направлению вектора $\vec{a}(2;-1)$.

Задание 5. Составить уравнение касательной плоскости и нормали к поверхности $z = x^2 + y^2 - 2xy - x + 2y$ в точке $M(1;1;1)$.

Тема «Обыкновенные дифференциальные уравнения»

Задания контрольной работы стр. 112-116 в учебнике: Курс высшей математики [Электронный ресурс]: учебник. Ч. 2/ М.К. Беданоков М.К. и др. – Майкоп: Магарин О.Г., 2013. – 279 с. – Режим доступа: : http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2000047918

Тестовые задания (по темам дисциплины)

Тест «Введение в математический анализ»

1. Если каждый элемент множества A является элементом множества B, то множество A называется

1) дополнением множества B
2) конечным множеством
3) подмножеством множества B
4) универсальным множеством
5) верный ответ отсутствует

2. Отрезком $[a;b]$ называется множество всех чисел x, которые удовлетворяют неравенствам

1) $a < x < b$ 2) $a \le x \le b$ 3) $a \le x < b$
4) $a < x \le b$ 5) $a < b$

3. Найти область определения функции $-\frac{x^2}{a^2}+\frac{y^2}{b^2}=1$

1) $x \in (-\infty;-b] \cup [b;+\infty)$ 2) $x \in \varnothing$
3) $x \in [-a;a]$ 4) $x \in (-\infty;+\infty)$
5) верный ответ отсутствует

4. Если существует положительное число T такое, что для всех x из области определения выполняются условия $x-T, x+T \in D(f)$ и $f(x-T)=f(x+T)=f(x)$, то функция $y=f(x)$ называется

1) четной 2) периодической 3) ограниченной
4) нечетной 5) убывающей

5. Если для любого номера n выполняется неравенство $x_{n+1} > x_n$, то последовательность $\{x_n\}$ называется

1) возрастающей
2) ограниченной
3) постоянной
4) невозрастающей
5) бесконечно большой

6. Последовательность $1, \frac{1}{4}, \frac{1}{9}, \ldots$ является

1) неограниченной
2) возрастающей
3) сходящейся
4) расходяшейся
5) верный ответ отсутствует

7. Нужно найти $\lim\limits_{x\to 0}\left(\frac{2+x}{2}\right)^{1/x}$. При подстановке предельного значения в функцию имеем неопределенность вида

1) $\frac{0}{0}$ 2) $\frac{\infty}{\infty}$ 3) $\infty-\infty$ 4) 1^{∞} 5) $0\cdot\infty$

8. $\lim\limits_{x\to 2}\frac{4x^2-5x+2}{3x^2-6x+4}$ равен

1) -8
2) ∞
3) 0
4) 2
5) верный ответ отсутствует

9. Точка x_0 называется точкой разрыва функции $y=f(x)$, если функция в точке x_0

1) является непрерывной
2) является ограниченной
3) не является непрерывной
4) верный ответ отсутствует
5) имеет конечный предел

10. Левый предел функции $y = e^{\frac{1}{2-x}}$ в точке $x = 2$ равен

1) $-\infty$
2) 1
3) $+\infty$
4) верный ответ отсутствует
5) 0

Тест «Функции нескольких переменных»

1. Точка M_0 называется внутренней точкой множества D
   1) если у этой точки существует окрестность, которая принадлежит D
   2) если у этой точки не существует окрестность, которая принадлежит D
   3) если существует окрестность, точки которой как принадлежат множеству D, так и не принадлежат ему
   4) если окрестность этой точки не содержит точек множества D

2. Предел $\lim\limits_{\Delta x \to 0} \frac{\Delta_x z}{\Delta x}$ называется
   1) условным экстремумом функции $z = f(x, y)$
   2) градиентом функции $z = f(x, y)$
   3) частным дифференциалом функции $z = f(x, y)$ по переменной x
   4) частной производной функции $z = f(x, y)$ по переменной x

3. Вычислить предел $\lim\limits_{\substack{x \to 1 \\ y \to 1}} \frac{(x + 2y)^2 - 9}{\sin(x + 2y - 3)}$

4. Частная производная функции $z = x^2 - 2xy + y^2 - x + 2y$ по переменной x равна
   1) $z'_x = 2x - 2y + 2$
   2) $z'_x = 2x - 2y - 1$
   3) $z'_x = -2x + 2y + 2$
   4) $z'_x = -2x + 2y - 1$

5. Найти градиент функции $z = \ln\sqrt{5x^2 - y^2}$ в точке $A(1, 1)$
   1) $\text{grad}\, z = \frac{1}{2}\vec{i} + \frac{5}{2}\vec{j}$
   2) $\text{grad}\, z = \frac{1}{4}\vec{i} - \frac{5}{4}\vec{j}$
   3) $\text{grad}\, z = \frac{5}{4}\vec{i} - \frac{1}{4}\vec{j}$
   4) $\text{grad}\, z = \frac{5}{4}\vec{i} + \frac{1}{4}\vec{j}$

6. Точкой экстремума функции $z = x^2 + y^2 - xy + x + y + 2$ является точка
   1) $M(-1, -1)$
   2) $M(2, -1)$
   3) $M(1, -1)$
   4) $M(1, -2)$

Тест «Обыкновенные дифференциальные уравнения»

Задание 1. Каков порядок дифференциального уравнения $y'' - 4(y')^3 - 3y = 0$?

1) первый
2) второй
3) третий
4) четвертый

Задание 2. Уравнение $4xdx - 3ydy = 3x^2ydy - 2xy^2dx$ является …

1) с разделяющимися переменными
2) однородным
3) линейным первого порядка
4) линейным второго порядка

Задание 3. Общее решение дифференциального уравнения $y' + \frac{1}{x}y = 1 + \frac{1}{x}$ имеет вид …

1) $y = \frac{x}{2} + \frac{1}{x} + C$
2) $y = \frac{x^2 + 2x + C}{2}$
3) $y = \frac{x}{2} + \frac{C}{x} + 1$
4) $y = \frac{x^2}{2} + x + C$

Задание 4. Порядок дифференциального уравнения $y'' + \frac{2x}{x^2+4}y' - x = 0$ можно понизить заменой …

1) $y' = p(x)$
2) $y' = z(y)$
3) $y'' = p(x)$
4) $y'' = z(y)$

Задание 5. Общим решением дифференциального уравнения $y'' - 7y' + 6y = 2xe^{6x}$ является …

1) $y = e^{6x}\left(\frac{1}{5}x^2 - \frac{2}{25}x + C_1\right) + C_2$
2) $y = e^{6x}\left(\frac{1}{5}x^2 - \frac{2}{25}x + C_1\right) + C_2x + 1$
3) $y = e^x + C_2e^{6x}\left(\frac{1}{5}x^2 - \frac{2}{25}x + C_1\right)$
4) $y = C_2e^x + e^{6x}\left(\frac{1}{5}x^2 - \frac{2}{25}x + C_1\right)$

Тест для контроля остаточных знаний

Задание 1 . Производная функции $y = e^{\wedge\wedge}$ равна …

1) $y' = 3x\,e^{3x-1}$ 2) $y' = e^{3x}$ 3) $y' = 3\,e^{3x}$ 4) $y' = \frac{1}{3}e^{3x}$

Задание 2. Значение производной второго порядка функции $y = \sin 2x + 4x$ в точке $x = \frac{\pi}{4}$ равно …

1) 4 2) 1 3) -4 4) -1

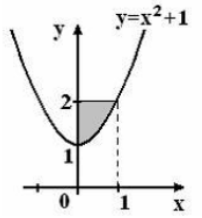
Задание 3. Чему равен неопределенный интеграл $\int x^6\,dx$?

1) $\frac{x^7}{7}+C$ 2) x^7+C 3) $6x^5+C$ 4) $\frac{x^6}{6}+C$

Задание 4. Если $\int_0^{1/2} f(x)dx = 3$ и $\int_{1/2}^{1} f(x)dx = 5$, то интеграл $\int_0^1 2f(x)dx$ равен…

1) 2 2) 16 3) 8 4) 4

Задание 5. Площадь фигуры, изображенной на рисунке, определяется интегралом …



1) $\int_0^1 (x^2+1)\,dx$ 2) $\int_0^2 (1-x^2)\,dx$ 3) $\int_0^1 (1-x^2)\,dx$ 4) $\int_0^1 (2-x^2)\,dx$

Задание 6. Частная производная по y функции $z = \frac{1}{3}x^3 - xy - 3y^2 + 11x + 7y$ равна …

1) $z'_y = x^2 - y + 11$ 2) $z'_y = xy - 6y + 18$ 3) $z'_y = x^2 - x + 7$ 4) $z'_y = -x - 6y + 7$

Задание 7. Даны функции спроса $q = \frac{p+6}{p+1}$ и предложения $s = 2p + 1{,}5$; где p - цена товара. Тогда равносильная цена равна …

1) 3,5 2) 2,25 3) 4,5 4) 1

Вопросы к экзамену

1. Множества (основные понятия). Операции над множествами. Декартовое произведение множеств.

2. Числовая последовательность. Предел числовой последовательности.

3. Монотонные последовательности.

4. Понятие функции. Способы задания функции. Основные характеристики функций.

5. Предел функции в точке. Односторонние пределы. Предел функции при .

6. Основные теоремы о пределах.

7. Замечательные пределы.

8. Непрерывность функции в точке. Основные теоремы о непрерывных функциях.

9. Свойства функций, непрерывных на отрезке.

10. Классификация точек разрыва функции.

11. Задачи, приводящие к понятию производной. Определение производной, её

геометрический и механический смысл.

12. Основные правила дифференцирования. Производная сложной и обратной функций. Таблица производных.

13. Производные высших порядков.

14. Дифференцирование неявно заданной функции. Дифференцирование параметрически заданных функций. Логарифмическое дифференцирование.

15. Понятие дифференциала функции, его геометрический смысл. Дифференциалы высших порядков.

16. Основные теоремы дифференциального исчисления. Правило Лопиталя.

17. Интервалы монотонности, алгоритм их отыскания. Экстремум функции.

18. Наибольшее и наименьшее значения функции, непрерывной на отрезке.

19. Выпуклость графика функции, точки перегиба.

20. Асимптоты графика функции.

21. Общая схема исследования функции и построения её графика.

22. Понятие неопределенного интеграла. Свойства неопределенного интеграла. Таблица основных неопределенных интегралов. Основные методы интегрирования.

23. Интегрирование рациональных функций.

24. Определенный интеграл как предел интегральной суммы. Основные свойства определенного интеграла.

25. Оценки интегралов. Формула среднего значения.

26. Интеграл с переменным верхним пределом. Формула Ньютона - Лейбница.

27. Замена переменной и формула интегрирования по частям в определенном интеграле.

28. Геометрические приложения определенного интеграла.

29. Приближенные вычисления определенных интегралов.

30. Интеграл с бесконечными пределами интегрирования. Интеграл от разрывной функции.

31. Комплексные числа (основные понятия). Геометрическое изображение комплексных чисел.

32. Тригонометрическая и показательная формы записи комплексного числа.

33. Действия над комплексными числами в алгебраической форме.

34. Действия над комплексными числами в тригонометрической форме.

35. Действия над комплексными числами в показательной форме.

36. Функции двух переменных (основные понятия). Геометрическое изображение функции двух переменных.

37. Предел функции двух переменных. Непрерывность функции двух переменных.

38. Частные производные первого порядка. Частные производные высших порядков.

39. Дифференцируемость и полный дифференциал функции. Применение полного дифференциала к приближенным вычислениям.

40. Производная по направлению. Градиент.

41. Касательная плоскость и нормаль к поверхности.

42. Экстремум функции двух переменных.

43. Наибольшее и наименьшее значения функции в замкнутой области.

44. Эмпирические формулы. Метод наименьших квадратов.

45. Дифференциальные уравнения (основные понятия).

46. Дифференциальные уравнения с разделёнными переменными. Дифференциальные уравнения с разделяющимися переменными.

47. Однородные дифференциальные уравнения первого порядка.

48. Уравнение в полных дифференциалах.

49. Линейные уравнения. Уравнение Бернулли.

50. Дифференциальные уравнения высших порядков (основные понятия).

51. Дифференциальные уравнения высших порядков, допускающие понижение порядка.

52. Линейные однородные дифференциальные уравнения с постоянными коэффициентами.

53. Линейные неоднородные дифференциальные уравнения с постоянными коэффициентами.

54. Метод вариации произвольных постоянных.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к контрольной работе.

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д.

При оценке контрольной преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствии с требованиями;

- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке магистрантов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу



тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение,

которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50%;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний на экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса.

Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать 25—30 билетов.

Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем студентам которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по



существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» **-** студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Критерии освоения онлайн курса

Применяется 100-бальная система оценивания

Диапазоны шкалы оценивания (100-бальная шкала)	Оценка прописью
90-100	Отлично
75-89	Хорошо
60-74	Удовлетворительно
0-59	Неудовлетворительно

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Шевякова Ольга Петровна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Дёмина Татьяна Ивановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.04 Информационные технологии*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение			
4	4		Информационные технологии
5	5		Цифровые технологии в профессиональной деятельности
6	6		Цифровая трансформация отрасли
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов			
4	4		Информационные технологии
5	5		Цифровые технологии в профессиональной деятельности
6	6		Цифровая трансформация отрасли
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности					
ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение					
Знать: принципы работы современных технических средств информационно-коммуникационные технологии и способы их применения в рекламной и PR-коммуникации;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестирование, блиц-опрос, контрольная работа, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
основные методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения;					
Уметь: отбирать и использовать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками планирования, подготовки и реализации рекламной и PR-коммуникации; навыками отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности					
ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов					
Знать: методы применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестирование, блиц-опрос, контрольная работа, обсуждение докладов, зачет
Уметь: использовать современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.					
Владеть: навыками выбора и применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный вариант контрольной работы по теме «Системы счисления. Количество информации»

1. Какой объем информации содержит сообщение, уменьшающее неопределенность знаний в 4 раза?
2. Перевести десятичные числа в двоичные:

2004_{10} 321_{10}

3. Перевести десятичную дробь в двоичную с точностью до шести знаков: $0{,}625_{10}$
4. Перевести двоичные числа в десятичные: $101{,}111_2$
5. Получить внутреннее представление чисел в 2-х байтовой ячейке:

1532 -612

6. Какой объем видеопамяти необходим для хранения двух страниц изображения при условии, что разрешающая способность дисплея равна 640X50 пикселей, а количество используемых цветов - 16?
7. Свободный объем оперативной памяти компьютера 640 Кб. Сколько страниц книги поместится в ней, если на странице 32 строки по 64 символа в строке?
8. Звук воспроизводится в течение 10 секунд при частоте дискретизации 22,05 кГц и глубине звука 8 бит. Определить объем звукового файла (в байтах).

Пример тестового задания по теме «Аппаратные средства вычислительной техники»

1.Основными характеристиками компьютера являются:

1) производительность, разрядность, объем ОЗУ и внешней памяти;

2) объем ОЗУ и внешней памяти, адресное пространство;

3) адресное пространство, тактовая частота и разрядность;

4) разрядность, объем ОЗУ и внешней памяти, адресное пространство.

2. Устройство, выполняющее все арифметические и логические операции и управляющее другими устройствами компьютера, называется:

1) контроллер 2) процессор 3) клавиатура 4) монитор

3. У лазерного принтера, по сравнению со струйным:

1) выше быстродействие, но ниже качество печати;

2) ниже быстродействие, но выше качество печати;

3) выше быстродействие и выше качество печати;

4) ниже быстродействие и ниже качество печати

4. Если машинное слово выглядит так:

1	0	1	1	1	0	0	1

то разрядность процессора равна:

1)8 2)16 3)32 4)64

5. Если разрядность процессора равна 64, то его регистр имеет размер:

1)2Б 2)4Б 3)8Б 4) 16Б

6. Минимальный элемент изображения называется:

1)бит 2) пиксель 3) файл 4) растр

7. Устройство ввода информации -это:

1) мышь 2) клавиатура 3) джойстик 4) сетевой адаптер

8. Содержимое ячейки памяти процессора называют:

1) адресным пространством 3) разрядностью

2) машинным словом 4) регистром

9. Устройство преобразования сигналов для передачи данных по телефонным линиям называется:

1) сканер 2) плоттер 3) модем 4) магистраль

10. Жесткий диск является:

1) оперативной памятью

2) внешней памятью

3) устройством управления

4) арифметическим устройством

Контрольные вопросы по теме «Структура и типы программного обеспечения ЭВМ»

1. Дайте определение понятия «файл».
2. Что представляет собой файловая система компьютера?
3. Перечислите типы программного обеспечения.
4. Приведите примеры прикладных программ.
5. Состав инструментальной системы.
6. Компилятор.
7. Интерпретатор.
8. Библиотека подпрограмм.
9. Операционные системы.
10. Служебные программы.
11. Архиваторы.
12. Драйверы.

Вариант тестового задания по теме «Основные понятия алгоритмизации и программирования».

Задание 1

Такое свойство алгоритма, как _____ означает, что при корректно заданных исходных данных алгоритм выдает результат за фиксированное число шагов.

1. детерминируемость
2. конечность

3. понятность
4. массовость

Задание 2

Определение «Пригодность алгоритма для решения определенного класса задач» относится к свойству алгоритмов, которое называется…

1. дискретность
2. определенность
3. выполнимость
4. массовость

Задание 3

Понятие алгоритма определяется как…

1. последовательность итерационных шагов, приводящих к получению результатов
2. последовательность преобразований над данными заданного типа, приводящая к изменению их типа
3. формально описанная процедура преобразования входных данных, в выходные данные, представляющие собой искомый результат
4. описанный перечень предписаний по увеличению значения результата вычислений

Задание 4

Ветвление обязательно должно содержать

1. оператор, выполняемый в случае истинности условия и оператор, выполняемый в случае должности условия
2. только условие
3. оператор, выполняемый в случае ложности условия
4. условие и оператор, выполняемый в случае истинности условия

Задание 5

Описанием цикла с предусловием является следующее выражение…

1. выполнять оператор, пока условие ложно
2. если условие истинно, выполнять оператор, иначе остановить
3. пока условие истинно, выполнять оператор
4. выполнить оператор заданное число раз

Задание 6

Система программирования чаще всего включает в себя редактор…

1. текстовый
2. графический
3. формул
4. табличный

Задание 7

Транслятор необходим при программировании на языке…

1. физическом
2. высокого уровня
3. низкого уровня
4. машинных команд

Задание 8

Компилятор служит для…

1. перевода исходной программы в эквивалентную ей результирующую программу на языке машинных кодов или ассемблера
2. тестирования программного обеспечения
3. редактирования текста результирующей программы на языке машинных команд
4. редактирования текста исходной программы

Задание 9

На этапе отладки программы…

1. определяется состав входных данных

2. выполняется анализ физических характеристик

3. проверяется корректность работы программы

4. строится математическая модель решаемой задачи

Задание 10

Компонент интегрированной системы программирования, предназначенный для перевода исходного текста программы в машинный код, называется…

1. текстовым редактором
2. построителем кода
3. редактором связей
4. транслятором

Примерный вариант контрольной работы по теме «Создание составного документа»

1. Создайте новый документ.

2. Загрузите в него произвольный текст

3. На первой странице после заголовка ***Импортирование рисунков*** поместите два рисунка:

   один — из файла, другой — картинку.

4. Установите обтекание рисунков текстом таким образом, чтобы один «обтекался» текстом справа, а другой — слева (как приведено здесь).



5. Сделайте у рисунков затейливые узорно-цветные рамки и при возможности заливку.

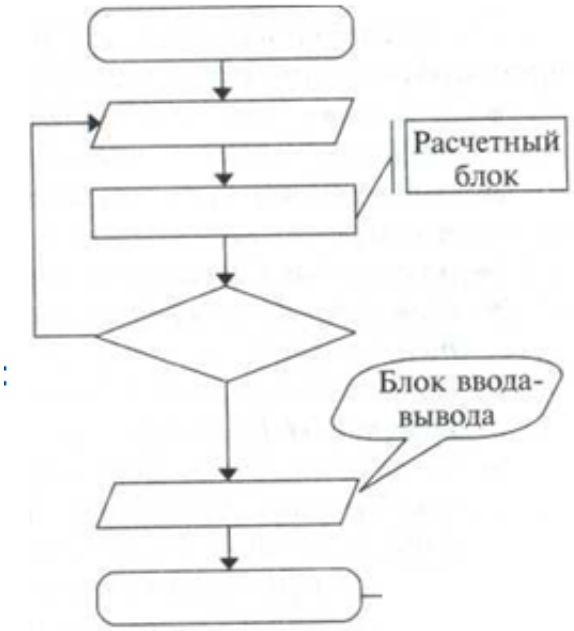
6. Обрежьте один из рисунков и увеличьте оставшееся



изображение в масштабе.

7. Перейдите на следующую страницу документа. Введите заголовок: ***Использование инструментов рисования Word***.

8. Создайте приведенную блок-схему без выносок. Сделайте для каждого блока тень.



9. Сгруппируйте все элементы блок-схемы и скопируйте ее ниже.

10. Добавьте во вторую схем выноски**.**

11.Сделайте подпись «**Автофигуры и выноски».**

12. Поместите в документ подложку в виде текста «**Оформление документа**».

13. На новой странице документа введите заголовок: ***Работа с WordArt***.

14. Поместите на этой странице пять различных вариантов текста **«Текстовые эффекты».**

15. Следующую страницу озаглавьте ***Математический набор***.

16. С помощью редактора формул Microsoft Equation введите следующие формулы:

$$A = \sqrt{\theta_0^2 + \frac{\upsilon_0^2}{(l\omega_0)^2}} \qquad S_{dp} = \sqrt{\frac{\bar{p}(1-\bar{p})}{n}}$$

$$A = \frac{tg\varphi_1}{Sin(\lambda_2 - \lambda_1)} \qquad Q = \int_0^z qdz + \sum P_{agp}$$

17. Добавьте нумерацию страниц.

18. На последней странице документа создайте оглавление всего вашего документа по образцу, приведенному ниже.

Импортирование рисунков..... 1

Использование инструментов рисования Word.....2

Работа с WordArt..... 3

Математический набор..... 4

Примерный вариант контрольной работы по теме «Компьютерные технологии обработки экономической информации»

1. На рабочем листе задан список вида: товар, цена, количество поступило, количество продано, дата поступления, дата продажи, покупатель.

2. Сформировать список покупателей на определенную дату.

3. Сформировать список товаров, поступивших летом текущего года и проданных в 4-м квартале.

4. Сформировать список покупателей, совершивших покупку в январе текущего года на сумму не менее 1500 руб.

5. Выбрать товары, наименования которых начинаются на букву «Б» или «Г», подсчитать их количество и стоимость.

6. Выбрать товары, наименования которых начинаются на букву «Д», подсчитать количество и

стоимость проданных и оставшихся на складе товаров.

7. Подсчитать разницу между наибольшей и наименьшей стоимостью; выдать количество товаров, имеющих наибольшую и наименьшую стоимости. Их список поместить на рабочий лист и в одномерный массив временных переменных.

8. Подсчитать количество товаров, имеющих цену больше среднего значения. Их список поместить на рабочий лист и в массив временных переменных.

9. Найти отклонение цены каждого товара от среднего значения. Результат поместить на рабочий лист и в одномерный массив временных переменных.

Примерный вариант контрольной работы по теме «Базы данных»

В СУБД решить задачу:

1. Создать базу данных "Видеофильмы" с полями:

Режиссер

Страна-изготовитель

Год выпуска

Жанр

Цена

Пиратская кассета (логическое поле).

2. Ввести несколько записей.

3. Найти:

- все американские фильмы 2019 года выпуска;

- фирменные кассеты с английскими и французскими фильмами;

- все фильмы, выпущенные раньше 2021 года;

- мелодрамы, цена которых меньше 150 рублей.



4. Составить отчет о фильмах, определить количество фильмов и их общую стоимость.

Вариант тестового задания по теме «Локальные и глобальные сети ЭВМ»

Задание 1

Протокол описывает такая часть электронного ресурса

http://www.google.com/info2000/01_02_05/det123/html, как

1. www
2. http://
3. www.google.com
4. http://www.google.com

Задание 2

Организация внутренних коммуникаций вычислительной системы называется…

1. масштабируемостью
2. разметкой
3. топологией
4. коммуникационным диаметром

Задание 3

WWW – это…

1. World Wild Web
2. Wild West World
3. World Wide Web
4. We Were Well

Задание 4

DNS (Domain Name System) – доменная система имен – система, устанавливающая связь доменных адресов с_____ -адресами.

1. IP
2. WWW
3. URL
4. HTTP

Задание 5

К браузерам относится…

1. Opera

2. Internet Expedition
3. HTML
4. Netscape Composer

Задание 6

Современные вычислительные сети строятся на основе эталонной модели взаимодействия открытых систем…

1. FDDI
2. POSIX
3. TCP
4. OSI

Задание 7

Компьютер, предоставляющий свои ресурсы другим компьютерам при совместной работе, называется…

1. магистралью
2. сервером
3. модемом
4. коммутатором

Задание 8

Компьютер, подключенный к сети Интернет, обязательно имеет…

1. доменное имя
2. E-mail (электронную почту)
3. Web-страницу
4. IP-адрес

Задание 9

Программа-браузер Internet Explorer позволяет…

1. создавать документы
2. открывать и просматривать Web-страницы
3. редактировать графические изображения
4. редактировать Web-страницы

Задание 10

Эталонная модель взаимодействия открытых систем OSI имеет_____ уровней.

1. 7
2. 5
3. 4
4. 6



Темы докладов

1. Понятие информационной безопасности.

2. Безопасность работы на ПЭВМ.

3. Защита информации в ПЭВМ автономного использования.

4. Защитные средства в операционных системах.

5. Критерии качества системы защиты информации.

6. Интернет и проблемы безопасности информации.

7. Политика безопасности.

8. Проблемы защиты информации в сетях ЭВМ.

9. СПАМ.

10. Информационная безопасность на предприятии.

11. Компьютерные вирусы: классификация и обеспечение защиты от компьютерных вирусов.

12. Компьютерные преступления в сфере экономики.

13. Правовая ответственность за использование нелицензионного программного обеспечения.

14. Криптографические методы защиты информации.

15. Использование электронной подписи.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля

1. Какие виды информации вы знаете?

2. Перечислите основные свойства информации и дайте пояснение к каждому из них.

3. Что такое информационные процессы?

4. Что принято за единицу измерения информации?

5. Как количество информации зависит от количества возможных событий?

6. Что такое основание системы счисления?

7. Какие существуют основные логические законы и правила преобразования?

8. Назовите основные характеристики процессора.

9. Что относится к внутренней памяти ПК?

10. Какие устройства являются устройствами внешней памяти?

11. Назовите устройства ввода и их основные характеристики.

12. Дайте определение понятия «файл».

13. Что представляет собой файловая система компьютера?

14. Перечислите типы программного обеспечения.

15. Дайте определение операционной системы.

16. Дайте определение алгоритма.

17. Назовите основные свойства алгоритма.

18. Что содержит команда ветвления?

19. Для чего предназначен текстовый редактор?

20. Для чего используется технология OLE?

Примерный вариант тестового задания для проведения текущей аттестации

Вопрос 1. Чему равен 1 байт?

А) 10 бит Б) 10 Кбайт В) 8 бит Г) 1 бод

Вопрос 2. Укажите две основные технические характеристики компьютера:



А) разрядность процессора и объем видеопамяти

Б) тактовая частота процессора и скорость CD-ROM

В) объем ПЗУ и объем винчестера

Г) тактовая частота процессора и разрядность процессора

Вопрос 3. При выключении компьютера вся информация удаляется:

А) на гибком диске

Б) на CD-ROM

В) на жестком диске

Г) из оперативной памяти

Вопрос 4. Файл-это:

А) единица измерения информации

Б) программа в оперативной памяти

В) текст, распечатанный на принтере

Г) программа или данные на диске, имеющие имя

Вопрос 5. Полное имя файла C:\DOC\PROBA.TXT. Каков полный путь к этому файлу?

А) C:\DOC\PROBA.TXT

Б) C:\DOC\

В) C:\DOC

Г) DOC

Вопрос 6. Какие файлы удовлетворяют следующей маске: KOR?SC?.*

А) KOR1SC2.EXE Б) KOR.COM В) KOR#.COM Г) KORSC.EXE

Вопрос 7. Укажите имя программы, которая является прикладной:

А) Autoexec.bat Б) Format В) Master Boot Г) Microsoft Excel

Вопрос 8. Как создать текстовый файл?

А) Открыть Проводник и использовать меню Файл

Б) Перетащить файл, удерживая клавишу Ctrl

В) Выделить файл и нажать клавишу Del

Г) Открыть две папки и перетащить файл

Вопрос 9. Что из перечисленного является драйвером устройства?

А) программа управления работой мыши

Б) устройство управления магистралью

В) контроллер монитора

Г) контроллер НГМД

Вопрос 10. На компьютере типа IBM PC имеется два жестких логических диска. Укажите их имена:

А) A: и C: Б) A: и B: В) C: и D: Г) Б: и A:

Вопрос 11. Какое из следующих утверждений истинно?

А) Синонимом понятия КАТАЛОГ является ЯРЛЫК

Б) Начальная загрузка компьютера – это форматирование диска C: и запись на него операционной системы

В) Нельзя присвоить файлу имя, уже принадлежащее другому файлу в этом же каталоге

Г) При перемещении файла создается его копия

Вопрос 12. Какой объект Windows нельзя переименовать?

А) Файл Б) Папку В) Рабочий стол Г) Ярлык

Вопрос 13. Буфер обмена в Windows служит для:

А) хранения информации

Б) обращения к шине адреса

В) подкачки команд процессора

Г) обращения к шине данных

Вопрос 14. Какой из документов является алгоритмом?

А) правила техники безопасности

Б) инструкция по получению денег в банкомате

В) расписание занятий

Г) список группы

Вопрос 15. Даны утверждения:

А) Только имея полный набор данных, можно точно решить задачу

Б) Любой алгоритм должен строиться из расчета его неформального исполнения на компьютере

В) Исполнение любого алгоритма должно завершаться за конечное число шагов

Г) Среди них верными являются только:

А) 1 и 2 Б) 1 В) 1 и 3 Г) 2 и 3

Перечень вопросов к зачету по дисциплине

«Информационные технологии»



1. Основные понятия информатики. Виды и свойства информации.

2. Восприятие, сбор, передача, обработка и накопление информации.

3. Кодирование информации.

4. Единицы измерения информации.

5. Системы счисления.

6. Аппаратное обеспечение ЭВМ. Архитектура персонального компьютера. Принцип общей шины.

7. Аппаратное обеспечение ЭВМ. Основные устройства.

8. Аппаратное обеспечение ЭВМ. Дополнительные устройства.

9. Структура и типы программного обеспечения ЭВМ.

10. Программы офисного назначения и другие специальные программы.

11. Операционная система: назначение и основные функции.

12. Виды и типы операционных систем.

13. Файлово-каталоговая структура компьютера.

14. Работа с файлами и каталогами.

15. Понятие и свойства алгоритма.

16. Виды алгоритмов.

17. Способы записей алгоритмов.

18. Компьютер как формальный исполнитель алгоритмов. Создание, структура и методы проектирования программы.

19. Языки программирования высокого уровня.

20. Основные методы программирования.

21. Текстовый редактор. Назначение и основные функции. Создание и сохранение текстовых документов.

22. Текстовый редактор. Основные операции редактирования текстовых документов.

23. Текстовый редактор. Основные методы форматирования текстовых документов.

24. Текстовый редактор. Работа с таблицами, списками. Использование табуляции.

25. Основы технологии OLE. Внедрение и связь объектов.

26. Электронные таблицы. Основные понятия, принципы работы.

27. Электронные таблицы. Абсолютная и смешанная адресация.

28. Электронные таблицы. Типы данных. Формат ячеек.

29. Электронные таблицы. Построение графиков и диаграмм.

30. Электронные таблицы. Сортировка и фильтрация.

31. Создание презентаций.

32. Классификация баз данных.

33. Реляционные базы данных. Свойства и типы полей.

34. СУБД. Назначение, основные понятия.

35. Типы и виды запросов.

36. Понятие системы распределенной обработки данных.

37. Базовая модель взаимодействия открытых систем.

38. Понятие протокола. Виды протоколов.

39. Сетевое оборудование.

40. Классификация вычислительных сетей.

41. Топология сети.

42. Адресация в Internet.

43. Браузеры.

44. Электронный указатель ресурсов URL.

45. Электронная почта.

46. Информационно-поисковые системы.

47. Средства интерактивного общения в Internet.

48. Понятие защиты информации. Политика безопасности.

49. Способы и средства защиты информации.

50. Электронная цифровая подпись.

51. Антивирусные программы.

Пример зачетного задания

для проведения промежуточной аттестации

по дисциплине «Информационные технологии»

1. Информация, которая не зависит от личного мнения или суждения, называется:

А) достоверной

Б) актуальной

В) объективной

Г) полезной

2. Обмен информацией — это:

А) выполнение домашней работы по математике

Б) просмотр видеофильма

В) прослушивание радиопередачи

Г) разговор по телефону

3. «Разомкнутая система управления» это система управления, в которой:

А) имеется несколько каналов обратной связи

Б) отсутствует информация о состоянии объекта управления

В) имеются информационные взаимодействия «управляющий объект — объект управления» и «объект управления — управляющий объект»

Г) в зависимости от состояния управляемого объекта изменяется управленческое воздействие со стороны управляющего объекта на управляемый объект

4. Система счисления — это:

А) множество натуральных чисел и знаков арифметических действий

Б) произвольная последовательность цифр 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

В) форма записи чисел в виде мантиссы и порядка

Г) знаковая система, в которой числа записываются по определенным правилам с помощью символов (цифр) некоторого алфавита

5. В теории кодирования бит — это:

А) восьмиразрядный двоичный код для кодирования одного символа

Б) информационный объем любого сообщения

В) двоичный знак двоичного алфавита {0,1}

Г) 8 байтов

6. Устройство, выполняющее все арифметические и логические операции и управляющее другими устройствами компьютера, называется:

А) контроллером

Б) процессором

В) монитором

Г) винчестером

7. Во время исполнения прикладная программа хранится:

А) в процессоре

Б) на жестком диске

В) в оперативной памяти

Г) в устройстве управления

8. Расширение имени файла, как правило, характеризует:

А) время создания файла

Б) объем файла

В) место, занимаемое файлом на диске

Г) тип информации, содержащейся в файле

9. Архивный файл представляет собой:

А) файл, которым долго не пользовались

Б) файл, защищенный от копирования

В) файл, сжатый с помощью архиватора



Г) файл, защищенный от несанкционированного доступа

10. Укажите, что является операцией, выполняемой в графическом редакторе Paint:

А) Ластик Б) Вставка В) Кисть Г) Прямоугольник

11. Какое из следующих утверждений ложно?

А) Для копирования файлов используются специальные программы–архиваторы

Б) После перемещения файла нового файла в системе не возникает

В) Папка – это часть диска, имеющая имя и содержащая файлы и каталоги

Г) В одном каталоге не могут находиться файлы с одинаковыми именами

12. Что необходимо сделать первым действием при копировании данных через буфер обмена?

А) нажать кнопку «Копировать»

Б) нажать кнопку «Вставить»

В) выделить копируемый участок

Г) нажать кнопку «Свернуть»

13. Содержимое ячейки памяти процессора называют:

А) адресным пространством

Б) машинным словом

В) разрядностью

Г)регистром

14. Запись алгоритма в виде последовательности команд компьютеру называется:

А) вербальной

Б) словесной

В) графической

Г) программной

15. Алгоритмы, которые решают некоторую подзадачу главной задачи и, как правило, выполняются многократно, называются:

А) циклическими

Б) вспомогательными

В) линейными

Г) основными

16. Информационной моделью объекта нельзя считать:

А) описание объекта-оригинала с помощью математических формул

Б), описание объекта-оригинала на естественном или формальном языке

В) совокупность данных в виде таблицы, содержащих информацию о качественных и количественных характеристиках объекта-оригинала

Г) другой объект, не отражающий существенных признаков и свойств объекта-оригинала

17. Географическую карту следует рассматривать, скорее всего, как:

А) математическую информационную модель

Б) вербальную информационную модель

В) табличную информационную модель

Г) графическую информационную модель

18. Алгоритмом называется:

А) правила выполнения определенных действий

Б) ориентированный граф, указывающий порядок исполнения некоторого набора команд

В) последовательность команд для компьютера

Г) понятное и точное предписание исполнителю совершить последовательность действий, направленных на достижение поставленных целей

19. Свойством алгоритма является:

А) результативность

Б) цикличность

В) возможность изменения последовательности команд

Г) возможность выполнения алгоритма в обратном порядке

20. Формальный язык–это:

А) Немецкий Б) Китайский В) Русский Г) Фортран

21. Даны утверждения:

1) Программа – это алгоритм, записанный на языке исполнителя

2) Система команд исполнителя – это вся совокупность команд, которые исполнитель понимает

3) Точность – это свойство алгоритма, которое означает, что выполнение алгоритма должно приводить к результату за конечное число шагов

Среди них верными являются только:

А) 1 и 3 Б) 2 В) 3 и 2 Г) 2 и 1

22. Текстовый редактор представляет собой программный продукт, входящий в состав:

А) системного программного обеспечения



Б) систем программирования

В) операционной системы

Г) прикладного программного обеспечения

23. Минимальным объектом текстового редактора является:

А) слово Б) пиксель В) абзац Г) символ

24. К операциям редактирования текста относится:

А) изменение размера шрифта

Б) добавление фрагмента текста

В) способ выравнивания абзаца

Г) изменение параметров страницы

25. Даны следующие утверждения:

1) Кнопка установки масштаба изображения документа в Word находится в панели инструментов «Рисование»

2) Слева от горизонтальной полосы прокрутки находятся кнопки выбора режима отображения документа

3) Многие операции в Word можно выполнить различными способами

Среди этих утверждений истинными являются только:

А) 2 и 3 Б) 2 В) 1 и 2 Г) 1 и 3

26. Даны следующие утверждения:

1) Ячейка таблицы в текстовом редакторе не может содержать нескольких строк текста

2) Для перемещения по ячейкам таблицы в текстовом редакторе можно использовать клавишу Tab

3) Для выделения одной ячейки таблицы в текстовом редакторе нужно поместить указатель мыши внутри ячейки слева и щелкнуть правой кнопкой

Среди этих утверждений истинными являются только:

А) 3 Б) 2 и 3 В) 1 и 2 Г) 1 и 3

27. Какое утверждение ложно?

А) В обычном режиме отображения документа на экране не видно номеров страниц

Б) Операцию автозамены можно выполнить с помощью меню ***Сервис***

В) Текстовый процессор не позволяет пользователю создавать и использовать собственный орфографический словарь

Г) Полоса выделения – это область вдоль левой границы текста

28. К непечатаемым символам относится:

А) знак денежной единицы

Б) знак математической операции

В) тире

Г) маркер конца ячейки

29. Какое утверждение ложно:

А) В режиме замещения новую информацию можно набирать поверх старого текста.

Б) Сноска может находиться в нижней части страницы

В) При перемещении по тексту с помощью полосы прокрутки перемещается и текстовый курсор

Г) Команда вставки колонтитулов находится в меню ***Вид***

30. OLE-технология – это:

А) приложение, принимающее вставляемый фрагмент

Б) приложение, средствами которого был создан вставляемый фрагмент

В) объект, вставляемый в текст

Г) способ связи и внедрения объектов

31. В каких единицах измеряется ширина столбца в таблицах?

А) миллиметры Б) сантиметры В) дюймы Г) пункты

32. Электронная таблица – это:

А) средство передачи электронной почты

Б) программа для решения математических и экономических задач

В) таблица кодировки символов по ASCII

Г) устройство расширения оперативной памяти компьютера

33. База данных представлена в табличной форме. Запись образует:

А) поле в таблице

Б) имя поля

В) строку в таблице

Г) ячейку

34. Тип поля (числовой, текстовый и др.) в базе данных определяется:

А) названием поля

Б) шириной поля

В) количеством строк



Г) типом данных

35. Топология локальной вычислительной сети – это:

А) все технические средства, входящие в состав данной сети

Б) программное обеспечение для работы сети

В) способ объединения компьютеров в сеть

Г) программа для связи абонентов

36. Электронная почта позволяет передавать:

А) только сообщения

Б) только текстовые документы

В) сообщения и вложенные файлы

Г) видеоизображение

37. Транспортный протокол–это:

А) HTML Б) POP В) IP Г) TCP

38. Антивирусная программа называется:

А) ScanDisk Б) AidsTest В) Defrag Г) Explorer

39. Количество ключей в методах шифрования с секретным ключом равно:

А) 1 Б) 2 В) 3 Г) 4

40. Электронно-цифровая подпись–это:

А) отсканированная подпись

Б) последовательность символов, включающая цифры

В) пароль

Г) алгоритм шифрования электронного документа

Тестовые задания для контроля остаточных знаний

Вопрос 1.

Информацию, отражающую истинное положение вещей, называют:

А) полной;

Б) полезной;

В) актуальной;

Г) достоверной.

Вопрос 2.

Сигнал называют дискретным, если

А) он может принимать конечное число конкретных значений;

Б) он непрерывно изменяется по амплитуде во времени;

В) он несет текстовую информацию;

Г) он несет какую-либо информацию.

Вопрос 3.

В какой из последовательностей единицы измерения указаны в порядке убывания

А) гигабайт, мегабайт, килобайт, байт;

Б) байт, килобайт, мегабайт, гигабайт;

В) мегабайт, килобайт, байт, гигабайт;

Г) байт, килобайт, мегабайт, гигабайт.

Вопрос 4.

К внешним запоминающим устройствам относится …

А) драйвер;

Б) монитор;

В) процессор;

Г) жесткий диск.

Вопрос 5.

ОЗУ - это память, в которой хранится ...

А) информация, присутствие которой постоянно необходимо в компьютере;

Б) информация, независимо от того работает ЭВМ или нет;

В) исполняемая в данный момент времени программа и данные, с которыми она непосредственно работает;

Г) программы, предназначенные для обеспечения диалога пользователя с ЭВМ.

Вопрос 6.

Укажите две основные технические характеристики компьютера:

А) разрядность процессора и объем видеопамяти;

Б) тактовая частота процессора и скорость CD-ROM;

В) объем ПЗУ и объем винчестера;

Г) тактовая частота процессора и разрядность процессора.

Вопрос 7.



Информационной моделью, имеющей иерархическую структуру, является:

А) файловая система компьютера;

Б) расписание авиарейсов;

В) блок-схема алгоритма;

Г) модель сети Интернет.

Вопрос 8.

Модель есть замещение изучаемого объекта другим объектом, который отражает:

А) все стороны объекта;

Б) некоторые стороны данного объекта;

В) существенные стороны данного объекта;

Г) только одну сторону данного объекта.

Вопрос 9.

Какая из следующих моделей не является информационной моделью:

А) географический атлас;

Б) макет скелета человека;

В) расписание движения поездов;

Г) оглавление книги.

Вопрос 10.

Свойство алгоритма, заключающееся в том, что любое действие должно быть строго и недвусмысленно определено в каждом случае, называется

А) дискретность;



Б) детерминированность;

В) конечность;

Г) результативность.

Вопрос 11.

Даны утверждения:

1) Программа — это алгоритм, записанный на языке исполнителя

2) Система команд исполнителя – это вся совокупность команд, которые исполнитель понимает

3) Точность-это свойство алгоритма, которое означает, что выполнение алгоритма должно приводить к результату за конечное число шагов

Среди них верными являются только:

А) 1 и 3 Б) 2 В) 3 и 2 Г) 2 и 1

Вопрос 12.

Транслятор необходим при программировании на языке…

А) физическом;

Б) высокого уровня;

В) низкого уровня;

Г) машинных команд.

Вопрос 13.

Ядро операционной системы относится к_____ программному обеспечению.

А) системному;



Б) служебному;

В) тестовому;

Г) прикладному.

Вопрос 14.

База данных – это …

А) набор данных, собранных на одной дискете;

Б) данные, предназначенные для работы программы;

В) совокупность взаимосвязанных данных, организованных по определенным правилам, предусматривающим общие принципы описания, хранения и обработки данных;

Г) данные, пересылаемые по коммуникационным сетям.

Вопрос 15.

Реляционная база данных – это…

А) БД, в которой информация организована в виде прямоугольных таблиц;

Б) БД, в которой элементы в записи упорядочены, т.е. один элемент считается главным, остальные подчиненными;

В) БД, в которой записи расположены в произвольном порядке;

Г) БД, в которой принята свободная связь между элементами разных уровней.

Вопрос 16.

Поле – это…

А) строка таблицы;

Б) столбец таблицы;

В) совокупность однотипных данных;



Г) некоторый показатель, который характеризует числовым, текстовым или иным значением.

Вопрос 17.

Браузер – это …

А) информационная система, основными компонентами которой являются гипертекстовые документы;

Б) программа для просмотра Web-страниц;

В) сервис Интернета, позволяющий обмениваться между компьютерами посредством сети электронными сообщениями.

Вопрос 18.

Протоколы – это …

А) специализированные средства, позволяющие в реальном времени организовать общение пользователей по каналам компьютерной связи;

Б) совокупностью правил, регулирующих порядок обмена данными в сети;

В) система передачи электронной информации, позволяющая каждому пользователю сети получить доступ к программам и документам, хранящимся на удаленном компьютере.

Вопрос 19.

Гиперссылки на web - странице могут обеспечить переход...

А) только в пределах данной web – страницы;

Б) только на web - страницы данного сервера;

В) на любую web - страницу данного региона;

Г) на любую web - страницу любого сервера Интернет.

Вопрос 20.

Что из нижеперечисленного не входит в понятие информационного оружия?

А) компьютерные вирусы;

Б) пользовательские программы;

В) логические бомбы;

Г) средства подавления массовой информации.

Вопрос 21.

Электронно-цифровая подпись – это…

А) отсканированная подпись;

Б) последовательность символов, включающая цифры;

В) пароль;

Г) алгоритм шифрования электронного документа.

Вопрос 22.

Одним из средств защиты от нелегального копирования является:

А) отсканированная подпись;

Б) нестандартное форматирование;

В) проверка диска;

Г) архивирование.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к контрольной работе



Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т.д.

При оценке контрольной работы преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной работы;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствие с требованиями;

- автор защитил контрольную работу и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но



допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к проведению письменных блиц-опросов

Письменные блиц-опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный блиц-опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения зачета (экзамена), когда необходимо проверить знания студентов по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Критерии оценивания результатов письменного блиц-опроса

Каждому студенту выдается свой собственный, узко сформулированный вопрос. Ответ должен быть четким и кратким, содержащим все основные характеристики описываемого понятия, института, категории.

«Отлично» – вопрос раскрыт полностью, точно обозначены основные понятия и характеристики по теме.

«Хорошо» – вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.

«Удовлетворительно» – вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий.

«Неудовлетворительно» – ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен.



Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Оценка«отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка«хорошо» – основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения – цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность – использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность – одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления



обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

– гуманность и этичность – тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма – является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Оценка «Отлично» выставляется при условии правильных ответов не менее, чем на 85% тестовых заданий;

Оценка «Хорошо» выставляется при условии правильных ответов не менее, чем на 70% тестовых заданий;



Оценка «Удовлетворительно» выставляется при условии правильных ответов не менее, чем на 51% тестовых заданий;

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется при условии правильных ответов менее, чем на 50% тестовых заданий.

Требования к проведению текущей аттестации

Текущий контроль по дисциплине «Информационные технологии» проводится в форме контрольного среза по оцениванию фактических результатов освоения материала пройденных тем дисциплины, и осуществляется ведущим преподавателем.

Текущая аттестация проводится в форме теста.

Оценивание достижений обучающегося проводится по итогам контрольного среза за текущий период с выставлением оценок в ведомости. Прохождение процедуры текущего контроля является обязательным для обучающихся по очной форме обучения. Условием допуска к промежуточной аттестации по дисциплине обучающихся по очной форме является успешное прохождение процедуры текущего контроля (оценка не ниже, чем «удовлетворительно»).

Критерии оценки знаний при проведении текущей аттестации

Оценка «Отлично» выставляется при условии правильных ответов не менее, чем на 85% тестовых заданий;

Оценка «Хорошо» выставляется при условии правильных ответов не менее, чем на 70% тестовых заданий;

Оценка «Удовлетворительно» выставляется при условии правильных ответов не менее, чем на 51% тестовых заданий;

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется при условии правильных ответов менее, чем на 50% тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний на зачете

Промежуточная аттестация по дисциплине «Информационные технологии» проводится в соответствии с учебным планом в 4-м семестре для очной формы обучения, в 6 семестре для заочной формы обучения в виде зачета в соответствии с графиком проведения зачетов.



Обучающиеся допускаются к зачету по дисциплине в случае выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (для обучающихся по очной форме – успешного прохождения текущего контроля).

Зачетное задание представляет собой тест в электронном виде или с использованием специальных бланков. Каждый вопрос предполагает только один правильный ответ. При указании студентом двух и более ответов на один вопрос ответ считается неверным.

Тестовые задания для проведения зачета утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой.

При оценке знаний обучающегося на зачету преподаватель может принимать во внимание его учебные достижения в семестровый период, результаты текущего контроля знаний. Экзаменатор может выставить оценку без тестирования тем студентам, которые досрочно выполнили все лабораторные работы и самостоятельные задания к ним.

Оценка знаний в соответствии с установленными критериями реализуется следующим образом:

Оценка «Зачтено» выставляется при условии правильных ответов не менее, чем на 50% тестовых заданий;

Оценка «Не зачтено» выставляется при условии правильных ответов менее, чем на 50% тестовых заданий.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 04.09.2023	Паскова Анна Александровна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 05.09.2023	Чундышко Вячеслав Юрьевич
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 11.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.05 Русский язык и культура речи*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, контрольная работа

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.					
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, контрольная работа
Уметь: вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка					
Уметь: - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.					
Знать: этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания
Уметь: осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
прочитанных произведений.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задания для контрольной работы

Тема: «Общая характеристика русского языка и культура речи. Нормы литературного языка

Задание 1. Дайте определение понятия «общение» и объясните, почему его изучают агрономы.

Задание 2. Перечислите основные стороны (аспекты) культуры речи и укажите, какая из них вызывает у вас наибольшие затруднения.

Задание 3. Приведите конкретный пример (ситуацию), когда целью общения является приобщение его инициатора к ценностям партнера.

Задание 4. Дайте определение делового общения и напишите, в чем его главное отличие от других видов общения.

Задание 5. Объясните, как вы понимаете регламентированность делового общения.

Используя материал учебной литературы, выполните следующие задания:

Задание 1. Определите и охарактеризуйте виды общения в речевых ситуациях.

Ситуации:

А) Разговор с другом по телефону

Б) Беседа друзей

В) Письмо маме

Г) Выступление начальника на совещании

Д) Лекция

Е) Встреча с директором школы на родительском собрании

Ж) Новогодняя речь президента

З) Чтение книги

И) Тост на свадьбе

К) Речь на митинге

Задание 2. Заполните таблицу. Сопоставьте понятия «язык» и «речь». Укажите их основные различия.

№ язык \ речь

1

2

3

4

5

6

Задание 3. Сравните особенности устной и письменной речи по следующим параметрам.

Параметры Устная речь Письменная речь

Способ существования. Функционирование преимущественно в сфере…

Характерные черты:

- заданность

- регламентированность

- присутствие-отсутствие адресата в момент речи

- способ общения

- степень развернутости

- степень подготовленности

- возможность самоконтроля

- степень нормированности

Задание 4. Заполните таблицу. Кратко прокомментируйте качественные признаки речевой культуры.

Признаки (комментарий)

1. Содержательность

2. Правильность

3. Точность

4. Логичность

5. Лаконичность

6. Выразительность

7. Уместность

Задание 5. Подготовьте проблематику для различных видов совещаний по общей целевой направленности. Каковы этические нормы выбора времени и места совещания?



Задание 6. Назовите и охарактеризуйте основные правила общения по телефону.

Задание 7. Назовите наиболее типичные ошибки руководителя в отношениях с подчиненными.

Задание 8. Расскажите, какова роль руководителя в становлении коллектива.

Задание 9. Проанализируйте основные методы решения конфликтов в коллективе.

Задание 10. Сформулируйте общие требования к публичному выступлению.

Задание 11. Замените эмоционально окрашенные фразы на нейтральные и корректные:

А) Вечно вы спорите!

Б) Его предложение – это полная ерунда!

В) Вы меня просто убили этой информацией!

Г) Вечно вы мямлите, говорите громче!

Д) А вашего мнения никто не спрашивал!

Е) Опять Ивана Сергеевича занесло неизвестно куда!

Задание 12. Приведите три аргумента (рациональные и психологические) и убедите:

А) молодую женщину заниматься спортом;

Б) пожилую женщину заниматься спортом;

В) подростка бросить курить;

Г) студентов принять участие в уборке территории вокруг университета;

Д) коллегу объяснить начальнику, почему вы с ним не выполнили отчет;

Е) пожилого человека сделать вакцинацию против гриппа.

Задание 13. Замените канцеляризмы нейтральными лексическими эквивалентами:

приобрести автомобиль, выйти из строя, проживать на одной жилплощади, в данный момент, конфликтовать, устранить неисправность, принять меры, провести мероприятия по озеленению огорода.

Задание 14. Напишите заявления:

А) в Российскую государственную библиотеку с просьбой выслать фотокопию определенной книги, которая нужна вам для написания дипломной работы;

Б) директору туристической фирмы «НЕВА» г-ну К.М. Симонову с просьбой принять вас на работу в качестве менеджера.

Задание 15. Напишите объяснительную записку, необходимую в следующих ситуациях:\

- вы опоздали на экзамен;

- вы не явились на работу;

- вы не выполнили распоряжение руководства.

Тесты

1. Под культурой делового общения следует понимать:

A) Высокую коммуникативную культуру, то есть искусство говорить (в том числе публично) и слушать.

B) Умение объективно воспринимать и правильно понимать партнера.

C) Умение строить отношения с любым партнером, добиваться эффективного взаимодействия на основе обоюдных интересов.

D) Высокий уровень умения общаться в деловом мире.

2. Существуют различные подходы к классификации общения (ОПРЕДЕЛИТЕ ЛИШНИЙ).

A) По наличию или отсутствию зрительного контакта между партнерами общение может быть непосредственным (переговоры, беседы, совещания, презентации...) опосредованным (деловая переписка, телефонный разговор, факс, телефакс, телекс, Интернет).

B) С точки зрения формы существования языка – устным и письменным.

C) В зависимости от переменной и постоянной позиции: я – говорящего и ты – слушающего – диалогическим и монологическим.

D) По теме, вынесенной на обсуждение.

3. Вербальный канал общения НЕ включает в себя:

A) Речевой (процесс «говорения»).

B) Неречевые выразительные средства голоса/

C) Смех, плач, шепот, выразительное покашливание, тон, тембр голоса, темп речи, интонация и т.д.).

D) Позы, взгляды, жесты, дистанции и зоны общения.

4. Теоретические основы ораторского искусства мы НЕ находим:

A) В логике.

B) Психологии.

C) Лингвистике.

D) Логистике.

5 Пожатие прямой, несогнутой рукой:

A) Выражает искренность или глубину чувств по отношению к партнеру.

B) Является признаком уважения.

C) Выражает намерение держать партнера по общению на удобном для себя расстоянии.

D) Означает, что его инициатор честен и ему можно доверять.

6. Жесты открытости это:

A) Собеседник машинально потирает лоб, виски, подбородок.

B) Жест «раскрытые руки».

C) Руки, скрещенные на груди.

D) Жест «пощипывание переносицы».

7. Для создания благоприятного психологического климата НЕ следует:

A) Сокращать физическую и социальную дистанцию.

B) Постоянно показывать ваше желание понять позицию собеседника.

C) Стараться выявлять положительные качества вашего собеседника, предполагать только его хорошие намерения и выражать свою заинтересованность в перспективах ваших взаимоотношений.

D) Выражать собственные чувства, учитывать свои интересы и интересы своей фирмы.

8. Строуксы НЕ подразделяются на:

A) Физические, психологические и материальные.

B) Деловые и социальные.

C) Положительные отрицательные и нулевые.

D) Обусловленные и необусловленные (спонтанные).

9. «Закрытые вопросы»:

A) Служат для более глубокого рассмотрения проблем.

B) Это вопросы, на которые можно ответить «да» или «нет».

C) Это вопросы, на которые нельзя ответить «да» или «нет» и которые требуют какого-либо объяснения.

D) Вынуждают собеседника размышлять, тщательнее обдумывать и комментировать то, что было сказано.

10. Какое из данных высказываний НЕверно:

A) Невысказанные замечания – это такие замечания, которые собеседник не успевает, не хочет или не смеет высказать, поэтому вы должны сами их выявить и нейтрализовать.

B) Предубеждения относятся к причинам, вызывающим неприятные замечания, особенно в том случае, если точка зрения собеседника полностью ошибочна. Тогда никакие контрдоказатедьства не помогут, так как его позиция имеет под собой эмоциональную почву и, следовательно, логические аргументы здесь бесполезны.

C) Ироничные (ехидные) замечания являются следствием плохого настроения собеседника, а иногда и его желания проверить вашу выдержку и терпение.

D) Стремление к получению информации – это замечания, которые собеседник высказывает для того, чтобы развеять свои сомнения, т.е. замечания, на которые он вполне искренне, без всяких уловок, хочет получить ответ, чтобы выработать собственное мнение.



11. Визитная карточка НЕ может быть использована:

A) Для заочного представления ее владельца.

B) Для поздравления с тем или иным событием.

C) Для приглашения на деловой прием.

D) Для выражения соболезнования.

12. В международной практике установились краткие символы, выражающие то или иное отношение владельца визитной карточки к лицу, которому она посылается. Эти символы пишутся:

A) В левом нижнем углу визитной карточки.

B) В правом нижнем углу визитной карточки.

C) В левом верхнем углу визитной карточки.

D) С обратной стороны карточки.

13. Краткие символы, выражающие то или иное отношение владельца визитной карточки к лицу, которому она посылается означают (найдите верное):

A) p.r. – поздравляю,

B) p.f. – с благодарностью,

C) p.c. – примите соболезнование,

D) pp. – в честь прекрасного знакомства.

14. Если визитная карточка завозится адресату лично ее владельцем (без нанесения визита), то:

A) Она загибается с правой стороны по всей ширине карточки.

B) Считается хорошим тоном, если загнутую карточку доставляет курьер или шофер.

C) Получив визитную карточку, следует в течение 36 часов дать ответ, для чего нужно направить приславшему карточку свою визитную карточку.

D) Она загибается с левой стороны по всей ширине карточки.

15. Дама никогда не оставляет свою визитную карточку в доме холостяка. Исключение составляют:

A) Представительницы древней профессии.

B) Коллеги по бизнесу.

C) Деловые партнеры.

D) Иностранный деловые партнеры.

16. Если на карточке указываются фамилия, имя, отчество, должность и название организации, но отсутствуют адрес и телефон:

A) Обычно такая карточка используется при состоявшемся знакомстве.

B) Обычно такая карточка используется для неофициальных целей, например для вручения дамам.

C) Она используется для специальных и представительских целей.

D) Она используется для поздравления от имени фирмы.

17. Функции деловой беседы:

A) Взаимное уточнение интересов, точек зрения, концепций и позиций участников.

B) Согласование позиций и выработка договоренностей.

C) Взаимное общение работников из одной деловой среды.

D) Выдвижение аргументов в поддержку своих взглядов и предложений, их обоснование.

18. Переговоры длятся:

A) 1,5–2 часа.

B) 2 – 2,5 часа.

C) 0,5 – 1 час.

D) 2 – 3 часа.

19. Встречать прибывших иностранных гостей у входа в ваше здание должен:

A) Весь коллектив.

B) Не руководитель фирмы, а кто-то из сотрудников, который должен проводить гостей в офис, предложить снять пальто, удобно расположиться.

C) Руководитель фирмы со своими заместителями.

D) Руководители отделов (подразделений) фирмы.

20. Телефонограмма, как правило, содержит информацию, по объему не превышающую:

A) 50 слов.

B) 60 слов.

C) 30 слов.

D) 70 слов.

Темы рефератов

(примерный перечень)

1. Экология языка: спасем русский язык?

2. Языковые преступления: миф или реальность?

3. Язык мой – друг мой.

4. Сленг – это мода или норма жизни?

5. Плюсы и минусы заимствованной лексики.

6. Сколько языков на земле!

7. Русский язык за рубежом.

8. История возникновения письменности.

9. Невербальные средства общения.

10. Как добиться успеха в деловой коммуникации.

11. Эстетические качества речи.

12. Звучащая речь и ее особенности.

13. Деловой этикет: личное и письменное общение.

14. Мастерство публичного выступления.

15. Этические нормы и речевой этикет.

16. Язык современной рекламы.

17. Язык эффективного общения современного человека.

18. Имидж современного делового человека: язык, речь, манера общения.

19. Проблемы языковой культуры в современном российском обществе.

20. Речевой официальный этикет. Условия, порядок общения.

21. Культура речи в официальной, деловой и дружеской переписке.

22. Языковой вкус. Языковая норма. Языковая агрессия.

23. Речевое (языковое) манипулирование сознанием современного человека.

24. «Словесные шаблоны» для деловых бесед и переговоров.

25. Правила построения ораторской речи.

26. Спор и его виды.

27. Риторические приемы и изобразительно-выразительные средства языка.

28. СМИ и культура речи.

29. Жаргоны и культура речи.

30. Основные особенности разговорного стиля современного русского языка.

31. Оратор и его аудитория.

32. Язык молодежи.

33.Иностранные слова в современной речи: за и против.

34. Стихийные процессы передачи информации.

35. Компьютерный сленг.

36. Происхождение русского языка.

37. История русского литературного языка.

38. Русский язык конца XX – начала XXI века.

39. Русский язык в современном мире.

40. Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации».

Темы научных дискуссий (круглых столов)

1. Мой опыт преодоления коммуникативных барьеров.

2. Речь как показатель социального статуса говорящего.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Орфоэпия. Стили произношения.

2. Фонетика. Трудности звукоупотребления и ударения.

3. Морфемика. Понятие о типах образования слов.

4. Лексика современного русского литературного языка. Лексические нормы языка.

5. Лексическое значение слова.

6. Многозначность слова. Лексическая омонимия.

7. Лексическая синонимия и антонимия.

8. Паронимия. Использование паронимов в речи.

9. Процессы архаизации и обновления русской лексики.

10. Лексика ограниченной сферы употребления.

11. Стилистическое расслоение русской лексики.

12. Лексикография. Основные типы словарей.

13. Фразеологические средства русского языка. Возможности их использования в речи.

14. Грамматика. Стилистика частей речи. Грамматические нормы языка.

15. Понятие о частях речи. Знаменательные и служебные части речи.

16. Синтаксис современного русского литературного языка. Словосочетание и предложение.

17. Орфография современного русского литературного языка. Орфографические нормы.

18. Язык и речь. Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании

литературного языка.

19. Разновидности языка и функциональные стили речи. Взаимодействие функциональных стилей.

20. Современная теоретическая концепция культуры речи. Аспекты культуры речи. Речевая коммуникация.

21. Выразительность и точность словоупотребления. Использование в речи многозначных слов. омонимов, синонимов и антонимов.

22. Культура деловой речи. Официально-деловой стиль, сфера его функционирования, видовое разнообразие, языковые черты.

23. Правила оформления документов. Языковые формулы официальных документов. Речевой этикет в документе. Реклама в деловой речи.

24. Язык и стиль распорядительных документов, коммерческой корреспонденции.

25. Научный стиль в устной и письменной разновидности (сфера функционирования, жанровые разновидности, черты). Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности.

26. Жанровая дифференциация, отбор языковых средств в публицистическом стиле. Взаимопроникновение стилей. Средства массовой информации и культура речи.

27. Общение. Особенности и виды делового общения. Условия успешного общения и причины коммуникативных неудач.

28. Оратор и его аудитория. Особенности публичной речи.

29. Правила построения ораторской речи. Понятие и содержание речевого этикета.

30. Спор, дискуссия, полемика. Культура спора.

31. Невербальные средства коммуникации.

32. Разговорная речь в системе функциональных разновидностей речи литературного языка. Условия функционирования разговорной речи. Жанры речевого общения.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к контрольной работе

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т.д.

При оценке контрольной работы преподаватель руководствуется следующими



критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной работы;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствие с требованиями;

- автор защитил контрольную работу и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к выполнению тестового задания

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма – наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является»,



«относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил;

- открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»);

- установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Цель тестовых заданий – заблаговременное ознакомление магистров факультета аграрных технологий с теорией изучаемой темы по курсу и ее закрепление.

Тесты сгруппированы по темам. Количество тестовых вопросов в разделе различно, что обусловлено объемом изучаемого материала и ее трудоемкостью.

Формулировки вопросов построены по следующим основным принципам:

Выбрать верные варианты ответа.

В пункте приведены конкретные вопросы и варианты ответов. Студенту предлагается выбрать номер правильного ответа из предлагаемых вариантов. При этом следует учесть важное требование: в ответах к заданию обязательно должен быть верный ответ и он должен быть только один.

Студент должен выбрать верный ответ на поставленный вопрос и сверить его с правильным ответом, который дается в конце.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской



деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Критерии оценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов:

- знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности;

- масштабность, глубина и оригинальность суждений;

- аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений;

- умение вести дискуссию;

- умение отстаивать свое мнение;

- активность в обсуждении;

- общая культура и эрудиция.

Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недостаточный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном, присутствует на отдельных этапах; 3 – критерий отражен полностью.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Отметка **«зачтено»** ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Отметка **«не зачтено»** ставится обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 27.09.2023	Абрегова Наталья Владимировна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 28.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 28.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.06 Иностранный язык*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.5 Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на			

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
государственный язык и обратно			
123	123		Иностранный язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
7	7		Иностранный язык профессионального общения

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Сформированные систематические знания кейс-задания, контрольная работа, тесты, зачет, экзамен.
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.					
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Сформированные систематические знания кейс-задания, контрольная работа, тесты, зачет, экзамен.

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка					
Уметь: - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.5 Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно					
Знать: терминологическую, общенаучную, служебную лексику научной профессиональной литературы, лексику устной формы общения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Сформированные систематические знания кейс-задания, контрольная работа, тесты, зачет, экзамен.
Уметь: переводить аутентичные профессиональные тексты с иностранного на государственный язык и обратно.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками анализа и реферирования профессионально-деловых текстов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные тестовые задания для контроля знаний

ВАРИАНТ 1

ЗАДАНИЕ 1. Choose the correct variant. Underline it.

(Выберете правильный вариант. Подчеркните его.)

1. This time tomorrow I ….

a) will be skiing b) will skiing c) skied d) was skiing

2. She … from two till five tomorrow.

a) will work b) will working c) worked d) will be working

3. The car … 1000,000 miles.

a) will soon do b) will soon doing c) will soon have done d) is doing

4. How long … she … here?

a) did work b) is working c) does work d) has been working

5. I saw Sid when I … to work this morning?

a) came b) was coming c) were coming d) come

6. She was upset because Andrew ….

a) hadn’t telephoned b) don’t telephoned c) weren’t telephoned d) isn’t telephoning

7. The climate … warmer.

a) gets b) got c) getten d) is getting

8. Look! She … the same shoes as me.!

a) wears b) is wearing c) has wearing d) weared

9. My parents decided that we … my birthday on Saturday.

a) would celebrate b) shall celebrate c) celebrated d) will celebrate

10. Yesterday Tom heard that his aunt … for five days.

a) has been ill b) had been ill c) was ill d) is ill

11. He gave all his money to me because he … me.

a) will trust b) trusted c) has trusted d) were trusting

12. Ann hasn’t been informed that the lecture … on Friday.

a) haven’t taken place b) wouldn’t take place c) don’t took place d) won’t take place

13. Sally said, “I bought a new dress yesterday.”

a) Sally said that she had bought a new dress b) Sally said that she was bought a new dress

c) Sally said that she had been bought a new dress d) Sally said that she have bought a new dress

14. “Why hasn’t he locked the car door?” the policeman said.

a) The policeman asked why hadn’t he locked the car door b) The policeman asked why he hadn’t locked the car door c) The policeman asked he didn’t lock the car door

d) The policeman asked why didn’t he lock the car door

15. “Where is the nearest bus stop? The old man addressed a policeman.

a) The old man asked where was the nearest bus stop b) The old man asked a policeman where the nearest bus stop was c) The old man told a policeman where the nearest bus stop was d) A policeman asked where was the nearest bus stop

ВАРИАНТ 2

ЗАДАНИЕ 1. Choose the correct variant. Underline it.

(Выберете правильный вариант. Подчеркните его.)

1. Professor Asher … another lecture at the same time next week.

a) will be giving b) will give c) will have given d) will have been giving

2. We … you at 2 o’clock tomorrow.

a) will see b) will seeing c) will be seeing d) are seeing

3. The builder says he … the roof by Saturday.

a) will finish b) will be finishing c) finished d) will have finished

4. Next Christmas I … for 20 years.

a) will have been teaching b) will teach c) am teaching d) will be teaching

5. This time yesterday I …on the beach.

a) lied b) is lying c) was lying d) did lying

6. When I got to the car park I realized that I … my keys.

a) lost b) had lost c) was losing d) have lost

7. Why … you … at me like that?

a) do look b) is looking c) have looking d) are looking

8. Look out! My husband …!

a) comes b) is coming c) are coming d) came

9. Mike hoped that his friend … him with his car.

a) would help b) will help c) helped d) are helping

10. We didn't know the score, but we were sure their team … the game.

a) has lost b) lost c) was losing d) had lost

11. The police found out that Bob Slant … in London's suburbs at that time.

a) had been living b) lived c) lives d) are living

12. He said, "Where is Jill going?"

a) He asked where was Jill going b) He asked where Jill is going c) He asked where Jill was going d) he asked where did Jill go

13. Robby asked, "Bobby, do you know the Old Barn Hotel?"

a) Robby asked Bobby if he knew the Old Barn Hotel b) Robby asked Bobby did he know the Old barn Hotel c)Robby asked Bobby if knew he the Old Barn Hotel d) Robby asked Bobby if he is knowing

14. The doctor asked, "How do you feel?"

a) The doctor asked how did I feel b) The doctor asked how I had felt c) the doctor asked how I felt d)

the doctor asked how felt I

15. “Will you be free tomorrow?” Colin asked Richard.

a) Richard asked would Colin be free the next day b) Colin asked if Richard will be free tomorrow c) Richard asked if will Colin be free tomorrow d) Colin asked Richard if he would be free the following day

Правильные ответы (ключи):

ВАРИАНТ 1

ГРАММАТИЧЕСКИЙ ТЕСТ

1. A

2. D

3. C

4. D

5. B

6. A

7. D

8. B

9. A 13. A

10. B 14. B

11. B 15. B

12. D

ВАРИАНТ 2

ГРАММАТИЧЕСКИЙ ТЕСТ

1. A

2. C

3. D

4. A

5. C

6. B

7. D

8. B

9. A

10. D 13. A

11. B 14. C

12. C 15. D

Кейс-задания

Кейс 1.

Ознакомьтесь с ситуацией. Оцените ее, опираясь на моральный кодекс PRSA. Как, по вашему мнению, подобная ситуация могла повлиять на свободу прессы?

Описание ситуации Для PR-специалистов нет ничего особенного в том, чтобы проявлять заботу о средствах информации, но только на временной основе. Не так обстоит дело среди государственных служащих. В 1978 г всеобщее внимание привлек факт создания условий для работы средств информации в общественных местах, например, судах или законодательных собраниях штатов. Им бесплатно предоставлялись парковка, пейджинговая связь и полностью оборудованное рабочее место, включая стол, пишущую машинку, телефон и даже обслуживающий персонал. Разумеется, расходы оплачивали налогоплательщики. Такой дополнительный доход (в карман журналистам) вызвал в Вашингтоне критику средств информации и Конгресса. Внезапно везде стали присматриваться к условиям, создаваемым государственными чиновниками для прессы, к большому неудовольствию тех из них, кто отвечал именно за связи со средствами массовой информации. Эти отношения серьезно осложнились, когда репортеров выставили за дверь. Тем не менее агентства новостей могли «сохранить лицо», оплачивая пользование предоставленными им удобствами.

Кейс 2.

Ознакомьтесь с ситуацией. Оцените ее, опираясь на правовые нормы, регулирующие информационную деятельность и профессиональные этические кодексы. Предложите свои решения по выходу из данного кризиса.

Описание ситуации Газета «Все путем» опубликовала на первой полосе сообщение о болезни премьер-министра. Информация была получена почти из первых рук, в результате приватной беседы с его пресс-секретарем. После публикации начались нападки на газету и обвинения в разглашении секретных сведений. Это, по уверениям обвинителей, наносило вред государственным интересам страны. Некоторые высокопоставленные чиновники потребовали закрытия газеты и выдвигали редактору обвинения в государственной измене.

Кейс 3.

1. Ознакомьтесь со стенограммой пресс-конференции президента РФ В.Путина по данной ссылке http://президент.рф/news/171734.

2. Какие СМИ были аккредитованы?

3. Проанализируйте соотношение общероссийских и региональных СМИ.

4. Составьте список актуальных для СМИ вопросов, которые обсуждались на пресс-конференции.

5. Проанализируйте их тематику.

6. Вопросы какого плана преобладали (социальные, политические, экономические)?

Кейсы 4.

Описание ситуации Правительство Воронежской области проводит встречу с представителями компании «Бионорика АГ» (Германия) с участием заместителя председателя правительства Воронежской области – руководителя департамента промышленности и транспорта области А.С. Беспрозванных, представителей Агентства по привлечению инвестиций и государственно-частному партнерству.

Задание к кейсу:

1. Какие документы необходимо подготовить для журналистов?

2. Напишите текст пресс-релиза для деловых СМИ.

Кейс 5. Описание ситуации:

Для многих городов России актуальной является проблема льгот студентов и учащихся для проезда на пассажирском муниципальном транспорте.

Задание:

Проработайте схему информационного взаимодействия с муниципальной властью, в ведении которой находится решение этого вопроса. Предложите план проведения круглого стола между органами муниципальной власти, СМИ и общественными организациями.

Задания к контрольной работе

Exercise 1. Read and translate the text.

The Pros and Cons of the Major Advertising Media

There are many different ways in which an advertiser's message can be communicated to his or her audience. In the States, as well as most other developed countries, newspapers still attract the largest share of the total advertising budget, with television, radio, direct mail and magazines accounting for most of the rest. Other media such as billboards, yellow pages, videotext and telemarketing, although growing steadily, still account for a relatively small part of the amount spent on advertising. Each medium, of course, has its own strengths and weaknesses, and a prospective advertiser would do well to consider these when devising the company's advertising strategy.

The main advantage of newspaper advertising is its broad reach, getting through to a wide spectrum of the population. There's permanence which you don't have with the electronic media and an all-year-round readership which makes long term strategies feasible. Regional newspapers also offer the advantages of geographical selectivity and flexibility. On the other hand, newspapers usually don't offer colour, and if they do the availability is limited and very often of mediocre quality. Most newspapers offer little in the way of demographic selectivity, which can make precise targeting very tricky.

Television's main appeal is that it offers a combination of sight and sound, which opens up an almost infinite range of creative possibilities. Furthermore, messages can be broadcast very frequently and, like newspapers, to a very broad target. The chief disadvantage, of course, is the high cost of production and air time. The message tends to be short-live land is often not seen at all as many viewers now have DVDs and skip over the advertisements.

Direct mail campaigns or mail shots as they're otherwise known rely on mailing lists containing the names of likely prospects. Obviously, the more specific the list, the more effective the campaign is likely to be - and some lists are very specific; for example, a list might contain the names of all the female shareholders between the ages of 40 and 65 in a particular geographical area and this makes targeting specific prospects much easier. Direct mail also has the ability to saturate a specific area quickly using a style and format that offers enormous flexibility. On the minus side, however, direct mail often meets with a certain amount of consumer resistance. It's also relatively expensive per exposure.

Radio offers the advantages of low cost and large potential audience. As with television, advertisers can select the stations and times favored by the audience they want to reach but, like television viewers, listeners can easily switch stations when the advertisements come on. Even if they don't switch stations, there's a tendency for people to use the radio for background sound and



ignore the advertisements. Maybe it's because radio doesn't offer any visual possibilities.

Magazines differ from newspapers in several respects. Firstly, they tend to be kept much longer, sometimes for several weeks or months, and are often passed from person to person. Secondly, the quality of the reproduction is much better, which means advertisers can show their products accurately and create a quality image. Thirdly, special interest magazines offer greater selectivity in reaching specific market segments. However, the costs tend to be high and the campaign usually has to be prepared a long time in advance.

Exercise 2. Open the brackets and use proper tenses and voices.

1. Advertising in the national press (to be) usually much more expensive than advertising in the local press. 2. Both types of advertising (to sell) by the column centimetre, the half page and the page. 3. Television advertising in Great Britain (to be) the most expensive kind of advertising and (to cost) many thousands of pounds for just a few seconds of television time. 4. If the advertisement (to show) at a time when relatively few people (to watch), then it (to be) cheaper. 5. Hoarding advertisements (to put up) in eye-catchingpositions at the side of the road. 6. Technical journals (to read) by persons and companies who (to be) interested in this particular kind of product. 7. Technical journals usually (to print) once a month.

Exercise 3. Translate these word combinations from English into Russian and use them in your sentences.

Product placement, a promotional tactic, feature film, television series, a commercial product, favorable qualities, negative features, soap operas, the story line, a leading character, placement fees, below-the-line savings, barter systems, service deals, cellular phones, common practices, revenue stream, embedded advertisements.

Exercise 4. Read and translate the text.

First U.S. product placements are not very well known in Russia. For example, Popeye the Sailor Man ate canned spinach to get strong in 1929. After the cartoon was released, consumption of canned spinach in the United States rose by 30 percent.

Other textbook examples, however, are more well known, such as films about James Bond (Agent 007), the most product placement-rich of them being Tomorrow Never Dies, featuring such giants as BMW, Ericsson, Martini, Smirnoff, Omega, Visa, Caterpillar, Fujitsu, Avis, Heineken, and Brioni. Those contracts amply covered the film's $100 million budget.

Such auto giants as Ford and Mercedes make many hundreds of product placements in movies, and although the Pentagon somewhat lags behind them, it also does quite a few big product placements. It has a special subdivision with representative offices at major Hollywood studios. Films such as Saving Private Ryan and Top Gun are a result of such cooperation which is based on non-monetary, barter schemes. The Pentagon leased its gear and equipment, made available servicemen for crowd scenes, and provided consultations on the authenticity of combat action for a symbolic fee, but then it got 500 times more volunteers for the U.S. Marine Corps

Aviation after Tom Cruise featured as a pilot of an F-14fighter jet in the film Top Gun.



Вопросы к зачету

для студентов ОФО, ЗФО (1 семестр)

1. Устно изложить одну из пройденных в течение семестра тем (выбор по билетам).

Тема 1. Public relations in commercial structures

Тема 2. Place PR in modern management and business

Тема 3. Definition of strategy of PR-activity of the organisation

Тема 4. PR as a culture and philosophy of modern business

Тема 5. PR-service in the organization

Тема 6. The creation of corporation image

Тема 7. The nature of image of the organization

Тема 8. The stages of formation of corporate image

2. Прочитать и пересказать на английском языке текст объемом 1500 печатных знаков. Устно ответить на вопросы к тексту.

Текст № 1 Media dependence on Public Relations

Текст № 2 Areas of friction

Текст № 3 Advertising pressure

Текст № 4 Tabloid journalism

Текст № 5 Media etiquette

Текст № 6 Crisis communication

Текст № 7 Tips and background materials

Вопросы к зачету

для студентов ОФО, ЗФО (2 семестр)

1. Устно изложить одну из пройденных в течение семестра тем (выбор по билетам).

Тема 1. Image and life cycle of organisation

Тема 2. Technologies of construction of image and means of its promotion

Тема 3. PR and social network

Тема 4. Public speaking tips

Тема 5. Adaptability is the key to successful PR

Тема 6. Branding

Тема 7. Public Relations Dependence on the Media

2. Прочитать и пересказать на английском языке текст экономического характера объемом 1500 печатных знаков. Устно ответить на вопросы к тексту.

Текст № 1 Media advisories

Текст № 2 Meeting the press

Текст № 3 News conferences by satellite

Текст № 4 Junkets

Текст № 5 Editorial boards

Текст № 6 How to set the record straight

Текст № 7 Advantages of advertising

Текст № 8 Investor and financial relations

Вопросы к экзамену по дисциплине «Иностранный язык»

для студентов ОФО, ЗФО (3 семестр)



А) Письменный перевод текста по специальности – время выполнения 60 минут.

Б) Чтение и краткое изложение прочитанного текста на английском языке.

С) Беседа по теме (выбор по билетам).

1. Примерный план сообщений по разговорным темам

Тема 1. Effective Media Relations

Тема 2. Advantages and Disadvantages of Advertising

Тема 3. Types of Public Relations Advertising

Тема 4. Getting on the Editorial Page

Тема 5. The concept and features of PR-texts

Тема 6. The general rules of preparation of PR-texts

Тема 7. Genres of PR-texts

Тема 8. Image and life cycle of organisation

Тема 9. Technologies of construction of image and means of its promotion

Тема 10. PR and social network

Тема 11. Public speaking tips

Тема 12. Adaptability is the key to successful PR

Тема 13. Branding

Тема 14. Public Relations Dependence on the Media

Тема 15. Public relations in commercial structures

Тема 16. Place PR in modern management and business



Тема 17. Definition of strategy of PR-activity of the organisation

Тема 18. PR as a culture and philosophy of modern business

Тема 19. PR-service in the organization

Тема 20. The nature of image of the organization

2. Прочитать без словаря и пересказать на английском языке текст объемом 1500 печатных знаков. Устно ответить на вопросы к тексту.

Текст № 1 Using an advertising agency.

Текст № 2 Coaching speakers.

Текст № 3 The nature of speech.

Текст № 4 Semispeeches.

Текст № 5 Drafts.

Текст № 6 Publicity before the event.

Текст № 7 Publicity after the event.

3. Письменный перевод текста по специальности – время выполнения 60 минут.

Текст № 1 What is PR?

Текст № 2 PR and Marketing.

Текст № 3 PR and Advertising.

Текст № 4 The process of PR.

Текст № 5 PR tools.

Текст № 6 How to create a successful PR campaign.

Текст № 7 The history of PR.



Текст № 8 Essential skills for a PR practitioner.

Текст № 9 Public Relations definitions.

Текст № 10 Definition of Marketing.

Текст № 11 Goals and tasks of Marketing.

Текст № 12 Relationship between PR and Marketing.

Текст № 13 PR and Marketing.

Текст № 14 How to choose between PR and Advertising.

Текст № 15 Define your objectives and goals.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению контрольной работы

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у студентов способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т.д.

При оценке контрольной работы преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной работы;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;



- обучающийся проанализировал материал;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствие с требованиями;

- автор защитил контрольную работу и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к выполнению тестового задания

Тест рассматривается как форма контрольно-тренировочного задания, предназначенного для определения (диагностики) уровня обученности и характеризующаяся следующими чертами:

а) простотой процедуры выполнения,



б) стандартностью структуры,

в) мелкой дозировкой учебного материала,

г) легкостью осуществления обратной связи,

д) возможностью непосредственной фиксации результатов,

е) квалиметрическими качествами, т. е. удобством количественного выражения качества выполнения задания.

Перечисленные характерные черты тестов делают их особенно пригодными для проведения как текущего, так и итогового контроля, в значительной мере устраняя субъективизм в оценках и резко снижая время, затрачиваемое преподавателем на проверку выполнения заданий. Для определения уровня студента существуют различные виды тестов, в зависимости от характера учебного материала.

Тесты являются не только эффективным инструментом контроля, но и адаптации.

Специфика тестов для контроля чтения заключается в следующем:

- прежде всего, тесты помогают сосредоточиться на извлечении информации с нужной полнотой и глубиной;

- стимулируя интеллектуальную активность учащихся, тест требует минимального применения продуктивных форм;

- тест - хороший инструмент адаптации, так как сам материал теста служит подкреплением;

- облегчая и убыстряя понимание, тест дает возможность предъявить большие требования к объему чтения.

Для контроля понимания в процессе чтения целесообразно использовать как наиболее адекватные избирательные тесты множественного выбора в следующих разновидностях: а) выбор правильного ответа на вопрос; б) завершение начатого высказывания на основе предложенных тезисов; в) расположение по порядку, группировка фактов; г) перекрёстный выбор, установление соответствий; д) вычеркивание специально вставленных лишних слов; е) заполнение пробелов специально пропущенными словами. Важно, что функциональный стиль и связанный с ним вид чтения сказываются на количестве тестовых заданий; для изучающего чтения их требуется больше, чем для просмотрового и ознакомительного. Есть и качественное различие в тестах. Оно кроется в сущности предлагаемых альтернатив, характер которых должен видоизменяться в зависимости от функционального стиля и связанного с ним видами чтения.

Тесты для контроля понимания фрагментов текстов, являющихся предметом для изучающего чтения, должны содержать альтернативы, касающиеся фактического



содержания, стиля текста, идейного замысла. При тестировании научно-популярных текстов, связанных с ознакомительным видом чтения, следует пользоваться альтернативными, направленными на выявление фактического содержания.

В процессе контроля понимания чтения используются различные виды тестов:

1) тесты на выбор правильного ответа из двух предложенных вариантов;

2) тесты на выбор правильного ответа из нескольких предложенных вариантов;

3) тесты на группировку фактов.

Самая популярная разновидность - это тесты на выбор правильного ответа из нескольких вариантов. Сочетание правильной формы и неправильных альтернативных призвано «провоцировать» размышления читающего, стимулируя для этого необходимые мыслительные операции.

Эффективны тесты на определение действующих лиц, встречающихся в тексте, по их действиям и поступкам, а контроль понимания текста, содержащего прямую речь, лучше всего проводить путем определения действующих лиц по их высказываниям. Эти тесты помогают магистрантам глубже понять текст, его детали.

Кроме того, задания должны быть посильными для бакалавров:

1. Объём тестовой основы должен быть таким, чтобы учащиеся смогли удержать в памяти прочитанное;

2. Текст должен быть законченным по содержанию отрывком;

3. Вопросы должны содержать изученный лексико-грамматический материал;

4. каждое тестовое задание должно быть автономно.

Тест стимулирует интеллектуальную активность учащихся: чтобы выбрать правильную альтернативу, они должны: 1) прочитать текст с общим охватом содержания; 2) осмыслить альтернативы; 3) соотнести каждую из них с содержанием текста; 4) принять нужную альтернативу.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа бакалавра не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа бакалавра не менее чем 70% тестовых заданий;



Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа бакалавра не менее - 51%; .

Отметка «неудовлетворительно» - выставляется при условии правильного ответа бакалавра менее чем на 50% тестовых заданий.

Требования к выполнению кейс-задания

Кейс-задания - это метод активного проблемно – ситуационного анализа, при этом обучение основано на решении конкретных задач, содержащихся в ситуациях, описанных в кейсах. Главное её назначение – развивать способность анализировать информацию, формулировать проблемы и находить их решение.

Кейс-задания можно представить, как сложную систему использования других методов: моделирования, системного анализа, мысленного эксперимента, метода описания, дискуссии, игровых методов и др. Необходимость внедрения кейс-задания в практику образования вытекает из ориентации образования не столько на получение конкретных знаний, сколько на формирование умений и навыков мыслительной деятельности, развитию способностей. Кейс-технология относится к развивающим формам обучения, включает в себя достижения технологии «создание успеха». В тоже время это способ коллективного обучения, важнейшими составляющими которого являются работа в группах, обмен информацией.

Кейс – это конкретная жизненная или производственная (бизнес или научная) ситуация, рассказывающая о явлении или событии (последовательности событий), содержащая проблему (проблемы) для решения.

Как правило, кейс состоит из трех частей: вспомогательная информация, необходимая для анализа и работы с кейсом; описание ситуации, то есть сам кейс; задания к кейсу. При разработке кейса описанная ситуации должна учитывать уровень подготовки магистранта, то есть быть в меру сложной. Печатный кейс может содержать текст, графики, таблицы, диаграммы, иллюстрации, фотографии. Видео кейс может содержать фильм, аудио и видео материалы. Студентам должны быть даны четкие инструкции по работе с кейсом, включая временные ограничения.

Кейс-задания на занятиях может содержать три группы упражнений:

- упражнения, направленные на обеспечение бакалавра учебно-речевой ситуацией, темой, проблемой, способствующими появлению коммуникативно-познавательного мотива говорения и коммуникативного намерения; языковым и речевым материалом, наглядными средствами;

- упражнения, направленные на подготовку дискуссий, проектов, брейнстормингов, способных активизировать учебно-речевую деятельность бакалавров (без использования вспомогательных языковых, речевых и наглядных средств);

- упражнения контрольного характера.

Бакалавры могут изучать материалы кейса и дополнительную литературу заранее в качестве домашнего задания или получить материал кейса на занятии. В этом случае объем



кейса является небольшим. Кейсы могут использоваться в начале занятия с целью повышения мотивации.

Кейс технология имеет некоторые ограничения. Кейсы целесообразно использовать в конце изучения больших тем, так как эта технология требует опоры на имеющиеся предметные знания. Кейс должен быть связан с жизненным опытом учащихся.

Кейс занятие, включает следующие этапы:

- подготовительный (преподаватель определяет дидактические цели занятия, разрабатывает кейс и сценарий);

- ознакомительный (обучающиеся знакомятся с информацией кейса);

- аналитический (анализ ситуации индивидуально или в группе, выделение проблемы, выработка путей ее решения с анализом их последствий);

- итоговый (презентация решения проблемы и программы действий, сравнение вариантов);

- рефлексия результатов учебной деятельности.

Бакалаврам предлагается следующая схема работы с кейсом:

- I этап - знакомство с ситуацией,

- II этап - выделение основной проблемы (проблем), выделение персоналий, которые могут повлиять на ситуацию;

- III этап - предложение концепций, гипотез, тем для «мозгового штурма»;

- IV этап - анализ последствий принятия того или иного решения;

- V этап - решение кейса (предложение одного или нескольких оптимальных вариантов действий, указание недостатков предложенных вариантов, механизмы предотвращения их негативных последствий).

Обучающимся необходимо проанализировать информацию, выявить и отобрать наиболее важное, осмыслить значение каждого абзаца, сделать предположения, выслушать и оценить альтернативные варианты одноклассников, сформулировать заключения и выводы.

Стратегия «мозговая атак» (Brainstorming) заключается в выдвижении самых разных идей без их критики. Количество идей предпочитается их качеству. Анализ и отбор лучших идей является следующим этапом работы.



Обучающиеся могут быть разделены на две группы. Обучающиеся первой группы (генераторы идей) предлагают варианты решения проблемы без их обсуждения. Все идеи фиксируются одним из учащихся. Вторая группа («аналитики») рассматривает предложения, не добавляя ничего нового, и отбирают лучшие.

При решении проблем кейса необходимо исследование сильных и слабых сторон выдвинутых решений, положительных и отрицательных последствий (угроз) их осуществления. Результаты анализа целесообразно представлять в табличной форме.

Можно предложить бакалаврам записать лучшие идеи в виде «цветка. В центре записывается проблема, по бокам в виде 5-8 лепестков способы ее решения.

Прием «гипотеза» включает следующие этапы:

- ознакомление с проблемной ситуацией;

- осознание сущности затруднения и формулирование проблемы;

- поиск способов решения проблемы путем выдвижения предположений и гипотезы;

- доказательство гипотезы;

- проверка правильности предложенного решения.

Стратегия «идеал» заключается в следующем:

I -выделение проблемы (identification of the problem);

D - описание проблемы (describing of the problem);

- определение вариантов подхода к решению проблемы (explanation of the variants of the problem solution);

A - действия (acting) по решения проблем;

L - выводы (научитесь делать выводы –learn to make conclusions), рефлексия проведенной работы.

Критерии оценивания выполнения кейс-задания

- предоставление нескольких направлений решений проблемы - 1-5 баллов;

- анализ преимуществ и недостатков предложенных решений;

- убедительность аргументации разработанных решений, приведение примеров (дополнительной информации, не содержащейся в кейсе) - 1-5 баллов;

- использование адекватных языковых средств - 1-5 баллов;

- умение отвечать на вопросы других обучающихся и преподавателя - 1-3 балла;

- соблюдение регламента выступления -2 балла; (Если кто-либо из магистрантов во время презентации решений проблемы кейса позволяет себе эмоциональные оценки, обсуждение, то данный бакалавр или группа получает штрафные очки -от 1 до 3 баллов.)

Все заработанные баллы и штрафные очки заносятся в таблицу. Побеждает та группа, которая набрала наибольшее количество баллов. Преподаватель отвечает за соблюдение протокола и подводит итоги занятий.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных бакалаврами и в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине. Зачет осуществляется на основе принципов объективности, справедливости, всестороннего анализа уровня знаний бакалавров.

Критерии оценки знаний на зачете

Зачет проводится в два этапа: перевести письменно иноязычный текст на русский язык со словарем по специальности. Объем текста 1500 печатных знаков. Время выполнения - 60 мин и устно изложить одну из пройденных тем.

При выставлении оценки учитывается:

- знание фактического материала по программе, в том числе; знание обязательной грамматике;

- степень активности магистранта на семинарских занятиях;

- логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления;

- наличие пропусков семинарских и лекционных занятий по неуважительным причинам.

Критерии оценки сформированности навыков и умений говорения

Оценка	Характеристика ответа бакалавра

зачтено (отлично)	Логично построено монологическое высказывание (описание, рассказ) в соответствии с коммуникативной задачей, сформулированной в задании. Лексические единицы и грамматические структуры используются уместно. Речь понятна: звуки в потоке речи произносятся правильно, соблюдается правильный интонационный рисунок. Объем высказывания - не менее 12-15 фраз-предложений.
зачтено (хорошо)	Логично построенное в соответствии с коммуникативной задачей, сформулированной в задании. Лексические единицы и грамматические структуры используются уместно. Допускаются лексические и грамматические ошибки, которые не препятствуют пониманию речи. Речь понятна, есть наличие фонематических ошибок. Объем высказывания - не менее 10 фраз-предложений.
зачтено (удовлетворительно)	Монологическое высказывание (описание, рассказ) построено не всегда логично. Допускаются лексические и грамматические ошибки, которые затрудняют понимание речи.

	Объем высказывания - не менее 6 фраз-предложений.
не зачтено (неудовлетворительно)	Содержание ответа не соответствует поставленной коммуникативной задаче. Допускаются многочисленные лексические и грамматические ошибки. Речь не воспринимается на слух из-за большого количества фонематических ошибок.

Критерии оценки сформированности навыков перевода иноязычного

текста на русский язык

Оценка	Характеристика перевода текста
зачтено (отлично)	Перевод представляет собой адекватную передачу иноязычного текста средствами русского языка в неразрывном единстве содержания и формы.
зачтено (хорошо)	Перевод представляет собой адекватную передачу иноязычного текста средствами русского языка в неразрывном единстве содержания и формы. Допущено 30% грамматических и стилистических ошибок, приводящих к неточности перевода.
зачтено (удовлетворительно)	В переводе допущено 50 % грамматических и стилистических ошибок. Текст переведен не полностью.

не зачтено (неудовлетворительно)	Смысл текста искажен.

Требования к проведению экзамена

Экзамен – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных бакалаврами и в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине. Зачет осуществляется на основе принципов объективности, справедливости, всестороннего анализа уровня знаний бакалавров.

Критерии оценки знаний на экзамене

Экзамен проводится в два этапа: перевести письменно иноязычный текст на русский язык со словарем по специальности. Объем текста 1500 печатных знаков. Время выполнения - 60 мин и устно изложить одну из пройденных тем.

При выставлении оценки учитывается:

- знание фактического материала по программе, в том числе; знание обязательной грамматике;

- степень активности магистранта на семинарских занятиях;

- логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления;

- наличие пропусков семинарских и лекционных занятий по неуважительным причинам.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 09.06.2023	Девтерова Зурета Руслановна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.06.2023	Шадже Зариет Мухамчериевна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.07 Адыгейский язык*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.					
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка					
Уметь: - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.					
Знать: этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
прочитанных произведений.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля

Практические занятия

Грамматические упражнения

Тема: Имя существительное

1.Измените число существительного

Тхылъ, студент, усэ, орэдхэр, къалэ, чылэхэр, хъырбыдз, цумпэ, Iазэ, баджэ, хьакIэхэр, щагу, стол, ныбджэгъухэр, тэтэжъ.

2.Просклоняйте существительные

Орэд, псы, уцыр, нанэ, щагу, уашъор, Мыекъуапэ, кIалэхэр, бзыу, тыгъэр, чъыгы, сымэджэщ, дакIо, еджакIу, тучан.

3.Допишите падежное окончание

1. KIалэ… дэгъоу еджэ. 2. Мурат машинэ… ис. 3. Ленэрэ Светэрэ щагу… щэджэгух. 4. KIымафэ… ос къесы.5. Къалэ… Мыекъуапэ дахэ. 6. Пшъашъэ … джанэ еды. 7. Нэнэжъ тучаным… макIо.8. Бзыу… дахэу мэбыбы. 9.Неущ музей… тыкIощт.10. ХьакIэхэ… унэм исых.

4.Вставьте существительное в соответствующей форме

Нанэ … иI (Iанэ, Iанэх, Iанэхэр).

Пшъашъэм … еды (джанэхэр, джанэ, джанэх).

… еджапIэм макIох (кIэлэеджакIу, кIэлэеджакох, кIэлэеджакIохэр).

Чъыгым … пытых. (мыIэрыс, мыIэрысэх, мыIэрысэхэр).

Столым … телъ (тхылъ, тхылъых, тхылъхэр).

Мы кIалэхэр … (студент, студентхэр, студентых).

Тучантесым … е щэх (нэшэбэгу, нэшэбэгухэр, нэшэбэгух).

Чэмым … ехъу (уцыр, уцхэр, уцых).

Симэ … егъэтIысы (къэгъагъ, къэгъагъэхэр, къэгъагъэх).

… псым хэсых (джае, джаех, джаехэр).

Щагум … бзаджэ дэлъ (хьэ, хьэх, хьэхэр).

Тикъалэ … бэу къэкIох (хьакIэ, хьакIэх, хьакIэхэр).

Чъыгым … пытых (тхьапэ, тхьапэхэр, тхьапэх).

Нэнэжъ … егъашхэх (чэты, чэтхэр, чэтых).

… плъыжьы, Iашlу (цумпэр, цумпэх, цумпэхэр).

Мы пшъэшъэжъыехэр … (еджакIох, еджакIу, еджакIохэр).

Классым … итых (партэхэр, партых, парт).

Шкафым … дэтых (лагьэ, лагъэх, лагъэхэр).

Светэ … иных, дахэх (ын, ынэх, ынэхэр).

ТитхакIомэ … дэгъухэр атхых (тхылъ, тхылъых, тхылъхэр).

5.Вставьте соответствующее слово

Сэ … кIэ (тиджанэ, шъуиджанэ, сиджанэ).

Тэ … ины, къабзэ, нэфын (тикласс, уикласс, сикласс).

Тигъунэгъухэм … фыжьых (якъазхэр, тикъазхэр, икъазхэр).

Мирэ … дахэх (сцэхэр, ыцэхэр, пцэхэр).

Мы пшъашъэм … Зар (пцIэр, сцIэр, ыцIэр).

…. псым макIоха? (ипсычэтхэр, сипсычэтхэр, шъуипсычэтхэр).

… иурамхэр сыд фэдэха? (тичылэ, ячылэ, шъуичылэ; тикъалэ, якъалэ, шъуикъалэ).

… цIыф дэгъуха? (сигъунэгъухэр, уигъунэгъухэр, ягъунэгъухэр).

… хьакIэщхэр дэтых (икъалэ, якъалэ, тикъалэ).

Сэ … студент (пшы, ыш, сшы).

Сыда о …? (ылъэкъуацIэр, слъэкъуацIэр, плъэкъуацIэр).

Шъо … мыIэрысэ чъыг дэта? (тисад, ясад, шъуисад).

Тема: Имя прилагательное

1.Переведите словосочетания на адыгейский язык

1. Красивая девушка. 2. Новый магазин. 3. Деревянный дом. 4. Зимний день. 5. Летний вечер. 6. Красное платье. 7. Высокое дерево. 8. Прямые улицы. 9. Длинные ночи. 10. Зеленые листья. 11. Интересная книга.

12. Хороший друг. 13. Хитрая лиса. 14. Умный мальчик. 15. Большой двор.

2.Переведите словосочетания на русский язык

1. Чырбыщ ун; 2. Цы джан; 3. Пхъэ къакъыр; 4. Гъучl къэлапчъ;

5. Апч лагъ; 6. Непэрэ маф; 7. Неущрэ пчыхь; 8. Дышъэ lэлъын;

9. Шъо кlэпхын; 10. Дэнэ джан.

3.Вставьте член предложения, выраженный прилагательным

1. Нанэ джэнэ … ыдыгъ. 2. Татэ унэ … ышlыгъ. 3. Кlалэм хъырбыдз … ешхы. 4. Нэнэжъ икъазхэр …, …. 5. Тэтэжъ псы … ешъо. 6. Сянэшыр тхылъ … еджэ. 7. Мыекъуапэ иурамхэр …, …. 8. Чъыг тхьапэхэр …, …,

…. 9. Непэ ор …. 10. Тучаным хьалыгъу … ещэ..

4.Вставьте подходящее по смыслу прилагательное

1. Тикъалэ иурамхэр …, …, … . 2. Сэ сшыпхъу … . 3. Тэ тигъунэгъухэр … .

4. Чъыг тхьапэхэр …, …. 5. Тэ унэ … тиl. 6. Светэ джэнэ … къыщэфыгъ.

7. Мурат псы … зетхьакlы. 8. Кlымафэм мафэхэр … мэхъух. 9. Гъэмафэм чэщхэр …. 10. Мурат кlэлэ … .

Ответьте на вопросы

1. Сыд фэда кlымафэм ор? 2. Сыд фэдэха тикъалэ иурамхэр? 3. Сыд фэда осыр? 4. Сыд фэдэха бжыхьэм чъыг тхьапэхэр? 5. Сыд фэда поми- дорыр? 6. Сыд фэда цумпэр? 7. Сыд фэда тхылъыр? 8. Сыд фэда шъуичылэ? 9. Сыд фэда шъуиунэ? 10. Сыд фэда къалэу Мыекъуапэ?

Тема: Глагол

1.Вставьте пропущенный преверб

1. Тищагу къэгъагъэхэр …тых. 2. Столым вазэ …т. 3. Ящикым мылэ- рысэхэр …лъых. 4. Гогоным псы …т. 5. Садым чъыг дэгъухэр …тых.

6. Студентхэр библиотекэм …сых. 7. Нанэ унэм …с. 8. Светэ Ирэ …т.

9. Чэтыур пчъэм… с 10. Щалъэр псынэм…т.

2.Вставьте глагол в соответствующем времени

Непэ пчэдыжьым ощх …. а) къещхыгъ, б) къещхыщт, в) къещхы.

Тыгъуасэ тадэжь хьакlэхэр …. а) къэкlох, б) къэкlуагъэх, в) къэкlощ- тых.

Неущ сэ музеим …. а) сэкlо, б) сыкlощт, в) сыкlуагъ.

Непэ пчыхьэм тэ паркым …. а) тыкlуагъ, б) тэкlо, в) тыкlощт.

Сэ неущ жьэу …. а) сыкъэтэджы, б) сыкъэтэджыгъ, в) сыкъэтэ- джыщт.

Тэ тыгъуасэ урокитф …. а) тиl, б) тиlэщт, в) тиlагъ.

Ахэр неущ экскурсие …. а) кlуагъэх, б) кlощтых, в) макlо.

Кlалэхэр ренэу пцэжъые …. а) ешэщтых, б) ешагъэх, в) ешэх.

Бжыхьэм загъорэ ос …. а) къесыщт, б) къесы, в) къесыгъ.

Непэ тыгъэр дахэу …. а) къепсыгъ, б) къепсы, в) къепсыщт.

3.Вставьте личные приставки глаголов

1. Сэ тхылъым …еджэ. 2. Тэ еджапlэм …кlо. 3. Кlалэхэр, къабзэу …тх!

4. Шъо мэз …иlа? 5. О тучаным …кlощт. 6. Шъо бэрэ библиотекэм

…кlуа? 7. Сэ къалэу Мыекъуапэ …щэпсэу. 8. О щатэ …кlаса? 9. Тэ щагум

…щэджэгу. 10. Шъо машинэ …иlа?

4.Напишите глаголы, данные в скобках, в нужном лице и числе

1. О ручкэ тхьапш … (иl)? 2. Сэ тхылъ гъэшlэгъон … (еджэ). 3. Кlэлэ- еджакlохэр еджапlэм (макlо). 4. Сабыйхэр щагум … (щэджэгу). 5. Сэ … (студент). 6. О шакlо … (макlо). 7. Тэ щагур … (епхъэнкlы). 8. Кlалэхэр мэзым … (щыl). 9. Хьакlэхэр непэ Москва … (мэбыбы).

5.Вставьте подходящую категорию глагола

1. Нанэ къазхэр … (егъашхэх, фегъашхэх, дегъашхэх). 2. Муратрэ Аскэррэ стадионым … (дэкlо, зэдэкlох, фэкlо). 3. Симэ Мирэ письмэ … (дэтхэ, фе- тхы, зэдэтхэх). 4.Кlалэхэр чэфэу … (егъэджэгух, дэджэгух, зэдэджэгух).

5. Нанэ ышыпхъу … (зэдэшхэх, дэшхэ, егъашхэ). 6. Пшъашъэм къэгъа- гъэхэр … (дегъэтlысы, фегъэтlысы, егъэтlысы). 7. Мурат татэ … (фэтlэ, дэтlэ, зэдэтlэх). 8. Оксанэ дахэу … (ефапэ, зефапэ, фефапэ). 9. Кlалэхэм èлкэр … (фегъэдахэ, агъэдахэ, дегъэдахэ). 10. Зэпшъэшъэгъухэр … (де- джэх, зэдеджэх, феджэх).

Тема: Местоимение

1.Вставьте нужное личное местоимение

1. … дахэу сэтхэ. 2. … шъуиунэ ина? 3. … тичылэ шlу тэлъэгъу.

4. …шы уиlа? 5. … мэзым макlох. 6. … дэгъоу еджэ. 7. … мыlэрысэ сэшхы. 8. … къазхэр, чэтхэр тилэх. 9. … гъунэгъу дэгъухэр шъуиlэха?

10. … тучаным макlо. 11. … дахэу орэд къэсэlо, … дахэу укъэшъо.

12. … тхьаумафэм чылэм тыкlощт. 13. … музеим укlощта? 14. … мэл дэгъухэр шъуиlэха? 15. … сыстудент.

2.Оформите правильно предложения

1. (Эти) кlалэхэр мэзым макlох. 2. (Те) пшъашъэхэм дэгъоу орэд къаlо.

3. (Этот) кlалэм письмэ етхы. 4. (Те) тхылъхэр гъэшlэгъоных. 5. (У них) якласс къабзэ. 6. (У него) унэ иl. 7. (В этом) колледжым сэ сыщеджэ.

8. (На этой) урамым сэ сыщэпсэу. 9. (Та) пшъэшъэжъыер lушы.

10. (То) чъыгым итхьапэхэр гъожьых. 11. (Его) иунэ ины, лъагэ.

12. (Эти) къэгъагъэхэр нахь дахэх. 13. (У тебя) шыпхъу уиlа? 14. (У вас) хьэ бзаджэ шъуиlа? 15. (В этом) мэзым тхьакlумкlыхьэхэр хэсых.

3.Оформите правильно предложения

1. Сэ (моя) … тхылъ гъэшlэгъон. 2. О (твоя) … урам даха? 3. Ащ (его)

… унэ ины. 4. Тэ (наш) … щагу къабзэ. 5. Ахэм (их) … чылэ ины.

6. Шъо (ваша) … нэнэжъ лъэпэд ехъа? 7. Сэ (мой) … шы къалэм щеджэ. 8. Тыдэ щеджэра о (твой) … ныбджэгъу? 9. Тэ (наш) … къалэ иурамхэр занкlэх. 10. Шъо (ваша) … чэтыу щэ икlаса? 11. Сэ (мой) … щагу къэгъагъэхэр дэтых. 12. Тэ (наш)… колледж ищагу къабзэ. 13. О (твое) … джанэ дахэ. 14. Ащ (еè, его) … иш псынкlэу мачъэ. 15. Шъо (ваш) … чылэ сымэджэщ дэта?

4.Оформите правильно предложения

1. Мы унэр (мой). 2. Мо тхылъыр (твоя). 3. Мо джэнэ дахэр ащ (еè).

4. Мы къазхэр (наши). 5. Мо чэтхэр (ваши). 6. Мы мэлхэр тигъунэгъумэ (их). 7. Мы машинэр (моя). 8. А уатэр татэ (его). 9. А утыр нанэ (еè).

10. Мы ручкэр (твоя). 11. Мы классыр (наш). 12. Мы машинэр (твоя)?

13. Мы унэр (моя). 14. Мы хьэр (твоя)? 15. Мы тучаныр (наш).

Тема: Числительное

1.Переведите на адыгейский язык данные словосочетания.

1. Два села; 2. Три книги; 3. Четыре мальчика; 4. Пятый этаж; 5. Пятна- дцать яблок; 6. Тринадцать овец; 7. Двадцать две ручки; 8. Один город;

9. Одиннадцать уток; 10. Двадцать пять рублей; 11. Тридцать шесть тетрадей; 12. Шестьдесят учеников; 13. Одна иголка; 14. Шесть картин;

15. Десять девушек; 16. Тысяча книг; 17. Третий курс; 18. Сто двадцать пять домов; 19. Первое место; 20. Шестьдесят лет.

2.Оформите правильно предложения.

1. Чэт (11) чэтэщым ис. 2.Тиунагъо нэбгырэ (5) ис. 3. Тигруппэ студент

(25) ис. 4. Колледжым студент (500) щеджэ. 5. Сэ ныбджэгъу (3) сиl.

6. Садым чъыг (25) дэт. 7. Сянэ илъэс (40) ыныбжь. 8. Сшы (в первом) классым ис. 9. Сэ (на седьмом) этажым сытес. 10. Джанэм сомэ (300) ыуас. 11. Татэ мэл (15) иl. 12. Нанэ (1) джанэ иl. 13. Светэ шы (2) иl.

14. Тэтэжъ илъэс (60) ыныбжь. 15. Сэ (на втором) курсым сис.

Тема: Наречие

1.Вставьте соответствующее наречие образа действия

1. Кlалэр … макlо. 2.. Самолѐтыр … мэбыбы. 3. Мурат … есы. 4. Пшъа- шъэр … матхэ. 5. Нэнэжъ мэпщэрыхьэ. 6. Сипшъэшъэгъу … къэшъо.7.Тэтэжъ … пшысэхэр къеlуатэх. 8. Сшыпхъу … мэгыкlэ. 9. Ощ- хыр … къещхы. 10. Тыгъэр … къепсы. 11. Аскэр дэгъоу еджэ, Мурати … еджэ. 12. Бзыухэм …орэд къаlо. 13. Симэ … матхэ. 14. Бзыухэр … мэбы- бых. 15. Татэ … lоф ешlэ. 16. Кlалэхэр … осым щэджэгух. 17. Нанэ ла- гъэхэр …етхьакlых.. 18. Дакlор …, …, мадэ. 19.Сипшъэшъэгъу дэпкъыр

… егъалэ. 20. Тхьакlумкlыхьэр … мачъэ.

2.Вставьте соответствующее наречие места, времени

1. … погодэр дэгъу. 2. … сшы унэ щишlыщт.3. … ощх лъэш къещ- хыгъ. 4. … музеим тыкlощт. 5. … ос къесыгъ. 6. … мыlэрысэр бэгъуагъэ. Бзыухэр … къыблэм мэбыбыжьых. 8. … чэщхэри мафэхэри фабэх.

9. … хьакlэхэр садэжь къэкlощтых. 10. Бжыхьэм … ощх къещхы. 11. Тэ гъэмафэм … паркым тэкlо. 12. … унэ дахэ щытыгъ. 13. Кlалэхэри пшъашъэхэри … къэкlох. 14. Сэ пчэдыжьым … сыкъэтэджы. 15. Сту- дентхэр … чылэм мэкlожьых.

Тема: Причастие

1.Отметьте знаком Х причастия

Матхэ, кlорэр, тыгъуасэ, кlымафэр, еджэрэр, ис, щытыр, гъэшlэгъон, телъыр, чъыгыр, есырэр, неущ, сыхьатыр, гущыlэрэр, дэсыр.

2.Образуйте причастия от следующих динамических глаголов

Матхэ, мэчъые, мэджэгу, мэбыбы, мэгупшысэ, мэгыкlэ, мадэ, машхэ, мэпхъанкlэ, мэпщэрыхьэ, къэшъо, матlэ, мэщхы, мэгъы, мэгушlо.

3.Образуйте причастия от следующих статических глаголов

Щыт, щыс, тес, дэлъ, гос, гот, lут, ис, хэс, пыт, чlэс, дэс, щылъ, щыl, иl.

4.**Измените число данных причастий**

Щытыр, гущыlэхэрэр, кlорэр, тетхэр, еджэрэр, щхыхэрэр, дэтыр, lусхэр, пылъыр, чlэсхэр, тхэрэр, итыр, шхэхэрэр, быбырэр, тlэрэр.

5.Просклоняйте следующие причастия

Щылъыр, чъэрэр, lазэрэр, итхэр, дэсхэр, щыпсэурэр, дэлъыр, готыр, хэлъыр, къэкlырэр, къэгъагъэрэр, пхъанкlэрэр, щэрэр, хъэрэр, щафэрэр.

6.Образуйте от данных причастий отрицательную форму

Джэгурэр, гупшысэрэр, дэрэр, тхэрэр, плъэрэр, лажьэрэр, чъэрэр, быбырэр, гущыlэрэр, гушlорэр, гыкlэрэр, шхэрэр, тхьакlэрэр, лъакlэрэр, чъыерэр.

7.Переведите следующие сочетания с причастиями на русский язык

Кlорэ кlалэр, пшъашъэу щысыр, хьакlэу къакlорэр, сабыеу гъырэр, бы- быжьырэ бзыухэр, гыкlэрэ шъузыр, тхылъэу телъыр, тхэрэ еджакlор, пщэрыхьэрэ лlыр, бзылъфыгъэу щафэрэр, ныбджэгъоу сикlасэр, хатэм щытlэрэр, сымэджэщым щыlазэрэр, блэкlыгъэ уахътэр, сымаджэу щылъыр.

8.Вставьте подходящие по смыслу причастия

1. Кlалэу … сэ сшы. 2. Щагум кlалэу … студент. 3. Псым къазэу … тигъунэгъухэм яй. 4. Тхылъэу столым … гъэшlэгъоных. 5. Чъыгэу садым

… къэгъагъэх. 6. … кlалэр lуш. 7. … пшъашъэр сэ сигъунэгъу. 8. Сипшъэ- шъэгъоу … садэжь къэкlощт. 9. Кьэгъагъэхэу щагум … дахэх. 10. Классым столэу … кlэх. 11. Непэ жьыбгъэу … чъыlэ дэд. 12. Пшъэшъэжъыеу … зэшыпхъух. 13. Щагум хьэу … бзаджэ. 14. Чъыгым тхьапэу … гъожьых, плъыжьых. 15. Мэзым псэушъхьэу … lэлых.

Слова для справок*:* дэлъыр, пытхэр, кlорэр, щесхэрэр, еджэрэ, дэтыр, сикlасэр, къыщыкlхэрэр, дэтхэр, итхэр, зэгосхэр, къепщэрэр, телъхэр, дэрэ, хэсхэр.

Тема: Деепричастие

1.Отметьте знаком Х деепричастия

Плъыжьы, чъэзэ, макIо, щытэу, есы, гъэмаф, чъыезэ, еджэрэр, исэу, дахэу, мафэ, шхэзэ, дэгъоу, мэпщэрыхьэ, мэцIацIэ, гущыIэу.

2.Образуйте от данных глаголов деепричастие с суффиксами–зэ, -эу

Ит, зефапэ, зетхьакIы, еплъы, щылъ, чIэхьэ, ешъо, зегъэпскIы, ежэ, еджэ, дэкIуае, деIэ, мажъо, мэджэгу, тес.

3.Измените по лицам следующие деепричастия

KIозэ, шхэу, щылъэу, чъэзэ, дэу, еджэу, гыкIагъэу, чъыеу, джэгузэ, щысэу, хэсэу, гущыIэзэ, пхъанкIэу, едэIоу, тхэу.

4.Переведите словосочетания с деепричастиями

Шхэзэ макIо, щылъэу еджэ, щысэу мадэ, чъэзэ тефагъ, чъыезэ гужъуагъэ, быбызэ къефэхыгъ, гъызэ чъыягъэ, гущыIэу щысыгъ, гушIозэ къэкIуагъ, дэIэпыIэу щытыгъ, пщэрыхьэу исыгъ, зигъэпсэфэу щылъыгъ, орэд къыIозэ макIо, кIозэ мэчъые, цIацIэзэ къэкIо.

Тема: Союзы и союзные суффиксы

1.Вставьте подходящие по смыслу союзные суффиксы (- и, - рэ)

Хьазрэт… Мурат… а зы къуаджэм щыщых.

Автобусыр аптекэм…, бэдзэрым…, тучаным… аблэкIы.

Тэ экскурсие музеим… театрэм… тыщыIагъ.

Нэнэжъ чэтхэм… къазхэм… егъашхэх.

Столым чэтлыбжь… пIаст…, тхьачэт щыпси тетыгъэх.

Тимэз баджэхэр…, тхьакIумкIыхьэхэр…, цызэхэр… хэсых.

Тэтэжъ ренэу помидорхэмрэ… нэшэбэгухэм… псы акIекIэ.

Сипшъэшъэгъу зы джанэ… зы кIэпхын… къыщэфыгъ.

Мыгъэ тыгъэгъазэм… щылэ мазэм… фэбагъэх.

KIымафэм чIыгум… чъыгхэм… ос ателъ.

2.Вставьте пропущенные союзы (ау, ыкIи, е, зэ-зэ, шъхьаем)

ЦIыфыр бэ дэд, … о ренэу уизакъу.

Къалэм иурамхэр занкIэх … шъуамбгъох.

Неущ … къесыщт, … къещхыщт.

Мафэр фабэ, … чэщыр чъы1этагъ.

Гъэмафэм … тыгъэр къепсы, … ощх къещхы.

ХьакIэхэр непэ жьэу къэтэджыгъэх … къушъхьэм кIуагъэх.

Мурат дэгъоу еджэ, … орэд къыlошъурэп.

Кlалэхэр пчыхьэм кином кlощтых… музыкэм едэlущтых.

Тиреспубликэ адыгэхэр, урысхэр, ермэлхэр … урымхэр щэпсэух.

3.Переведите предложения на русский язык

1. Тэтэжъ хатэм тlэу дэтыгъ. 2. Сятэшыр щылъэу телевизорым еплъы.

3. Татэ шхэзэ гъэзетым еджэ. 4. Сабыир гъызэ чъыягъэ. 5. Пшъэшъэжъы- ем орэд къыlозэ мэгыкlэ. 6. Мурат зигъэпсэфэу щылъыгъ.

7. Зарэ тхылъ еджэу унэм исыгъ. 8. Бзыухэм орэд къаloу чъыгым тесы- гъэх. 9. Пчэндэхъухэр къэбыбыжьыгъэу набгъохэр ашlы.

4.Вставьте соответствующий послелог

1.Хьэр пчъэм … щылъ. 2. Сэ сипшъэшъэгъу … тхылъ къэсщэфыгъ.

3. Чъыг … мыlэрысэхэр чlэлъых. 4. Непэ хьакlэхэр … къэкlощтых. 5. Не- ущ … сыкъэкlощт. 6. Къэлэ … вертолѐт щэбыбы. 7. Оксанэ сэ … щэпсэу. 8. Кlымэфэ … гъатхэр къэкlо. 9. Унэ … псынэ щыт. 10. Къакъыр

… чъыгхэр дэтых.

Слова для справки: чlэгъ, къогъу, сашъхьагъ, сакlыб, гузэгу, гупэ, пае, ужым, дэжь, уадэжь, ташъхьагъ, шъхьагъ, сапашъхьэ, садэжь.

5.Вставьте нужное вопросительное слово

Сыхьатыр … хъугъа? а) хэта, б) тхьапш, в) тыдэ.

… ос къесыра? а) сыд , б) тыдэ, в) сыдигъо.

Неущ … укlощта? а) сыд фэд, б) тыдэ, в) сыд фэдиз.

… помидорыр? а) тхьапш, б) тыдэ, в) сыд фэд.

Сомэ … уиджанэ ыуасэр? а) сыдигъо, б) тыдэ, в) тхьапш.

… хьакlэщым исхэр? а) тыдэ, б) хэта, в) сыд.

… псым хэсхэр? а) сыд фэд, б) сыдигъо, в) сыд.

… нэнэжъ дэжь тыкlощта? а) хэт, б) сыд фэдиз, в) сыдигъо.

Тыгъуасэ … ущыlагъа? а) тхьапш, б) сыд фэд, в) тыдэ.

6.Составьте предложения из данных слов

1. Театр, кlощт, студентхэр. 2. Псыхъо, къаз, хэс. 3. Чlэс, чъыгы, лlы- жъы. 4. Къещхы, ощх, непэ. 5. Фабэ, мафэ, непэ. 6. Тхылъ, еджэ, кlалэ.

7. Пшъашъэ, матхэ, ручкэ. 8. Дэт, чылэ, еджапlэ. 9. Хьэ, тигъунэгъу, иl, дэгъу. 10. Фабэ, гъэмафэ, псы. 11. Кlымаф, къесы, ос. 12. Мэзы, кlуа- гъэх, кlалэ, тыгъуасэ. 13. Мэбыбых, лъагэу, бзыу. 14. Щагу, сабыйхэр, щэджэгу. 15. Мышъэ, мэзы, хэсых, баджэ.

7.Распространите данные предложения

1. КIалэр … матхэ. 2. Пшъашъэр … мадэ. 3. Мафэхэр … чъыIэх. 4. Ощх

… къещхы. 5. Нанэ … мэгыкIэ. 6. Тэтэжъ … матIэ. 7. Мурат … еджэ.

8. Самолѐтыр … мэбыбы. 9. Тхьапэхэр … гъожьых. 10. Псыр … чъыIэ.

11. Сятэ Iоф ешIэ. 12. Сипшъэшъэгъу … къэшъо. 13. Сабыир … мэ- чъые. 14. Симэ … зетхьакIы. 15. Зарэ … зефапэ.

8.Вычеркните слово, которое выпадает из данного логического ряда

1. КIалэ, пшъашъэ, хьакIэ, гъунэгъу, хьэ. 2. Мышъэ, баджэ, цызэ, чэмы, тыгъужъ. 3. Къаз, псычэт, чэты, пцIашхъо, тхьачэт. 4. Джанэ, пальто,

къошын, гъончэдж, кIэпхын. 5. Пчъэ, дэпкъ, лэныст, джэхашъо, шъхьангъупчъ. 6. Къэбы, къужъы, нэшэбэгу, хъырбыдз, къэбаскъ.

7. МыIэрыс, чэрэз, бжьыны, къыпцIэ, къужъы. 8. Лагъэ, пalo, табэ, цацэ, джэмышх. 9. Нэ, шъхьэ, чэтыу, лъакъо, Iэ.

9.Выберите правильный ответ на вопрос

1. Тыдэ кIалэр кIора?

а) КIалэр псым щесы. б) КIалэр мэзым макIо.

в) КIалэр къабзэу матхэ.

2. Сыда мэзым хэсхэр? а) Мэзым пцэжъыехэр хэсых. б) Мэзым чэмхэр, шыхэр хэсых. в) Мэзым баджэхэр, тхьакIум- кIыхьэхэр хэсых.

3. Сыда классым итхэр? а) Классым парэхэр итых.

б) Классым пIэкIорхэр итых. в) Классым мэлхэр итых.

4. Сыда пеналым дэлъыр? а) Пеналым хьалыгъу дэлъ. б) Пеналым къэлэм дэлъ. в) Пеналым тхылъ дэлъ.

5. Хэта щагум дэтхэр? а) Хьэхэр щагум дэтых. б) КIа- лэхэр щагум дэтых. в) Чэтхэр щагум дэтых.

6. Сыда тхакIом ытхырэр? а) ТхакIом романхэр етхых. б) ТхакIом орэдхэр етхы. в) ТхакIом усэ ет- хы.

7. Хэта сымэджэщым Iоф щызышIэрэр? а) КIэлэегъаджэм сымэджэ щым Iоф щешIэ. б) ДакIом сымэджэщым Iоф щешIэ. в) Iазэм сымэджэщым Iоф щешIэ.

8. Сыдигъуа мышъэр зычъыерэр? а) Гъатхэм мышъэр мэчъые. б) Бжыхьэм мышъэр мэчъые. в) КIымафэм мышъэр мэчъые.

9. Тхьамафэр мэфэ тхьапш хъура? а) Тхьамафэр мэфибл мэхъу. б) Тхьамафэр мэфитф мэхъу. в) Тхьамафэр мэфищ мэхъу.

10. Илъэсыр мэзэ тхьапш хъура? а) Илъэсыр мэзипшI мэхъу. б) Илъэсыр мэзэ пшIыкIутIу мэхъу. в) Илъэсыр мэзэ тIокI мэхъу.11. Дэпкъ тхьапша унэм иIэр? а) Унэм дэпкъищ иI. б) Унэм дэпкъипшI иI. в) Унэм дэпкъиплI иI.

Бжыхьэм чъыг тхьапэхэр сыд фэдэха? а) Бжыхьэм чъыг тхьапэхэр шэплъых. б) Бжыхьэм чъыг тхьапэхэр гъожьых. в) Бжыхьэм чъыг тхьапэхэр шIуцIэх.

13. Сыда бэдзэрым щащэрэр? а) Бэдзэрым унэхэр щащэ. б) Бэдзэрым хэтэрыкIхэр щащэ. в) Бэдзэрым къалэхэр щащэ.

14. Сыда чъыгым къыпыкIэрэр? а) Чъыгым тхьапэхэр къыпэкIэх. б) Чъыгым уцхэр къыпэкIэх. в) Чъыгым цумпэ къыпэкIэ.

15. Сыда псым хэсыр?

а) Псым пцэжъые хэс. б) Псым тхьакIумкIыхьэ хэс. в) Псым пыжъ хэс.

Общие задания

Проскланяйте существительные

Мэлы, матэ, унэ, чэты, еджакIу, псы, Мыекъуапэ, студент, гъомлапхъ, мыIэрыс, орэд, тучан, институт, кIалэ, пшъашъэ, джанэ.

Измените число существительных

Iазэ, Iапэ, стол, чэмы, нэ, Iэ, пхъашIэ, сае, цыгъо, къалэ, усэ.

Допишите падежное окончание существительных

КIэлэеджакIо…. школым макIох.

Нанэ джан…едых.

КIалэхэр щагу… щэджэгух.

КIымафэ… ос къесы.

Аслъан карашдаш… сурэт ешIы.

Чылэм унэ… дэтхэр иных.

ХьакIэ… ун… ис.

Сэ урасыбзэ…. сэгущыIэ.

Тхьапэ… фыжьы.

Вставьте вместо точек нужные по смыслу слова

Сэ унэ….

Татэ иуатэ….

3. Пшъашъэр….

Асиет ынэ…

Шъо матэ….

Тэ тетради, тхылъи….

Просклоняйте существительные: унэ, кIалэ, мэлы.

Перепишите и перевидите слова на русский язык

Тхылъы, гущыI, нэ, пэ, Iэ, пшъашъэ, кIалэ, Iэшъу, пцэжъый, дахэ, ины, мастэ, мадэ,

мыIэрыс, тэтэжъ, нэнэжъ, ны, ты, бзыу, опсэу, хъяркIэ.

Составьте со словами словосочетания

Шъабэ, дахэ, фыжъы, ины лъагэ, Iашlу, гъэшIэгъон, чэфы, цIыкIу, занкI, псынкIэ	къужъ, пшъашъэ, осы, тхьапэ, унэ, стол, гъогу, тхы

Прочитайте и переведите текст на русский язык

Классыр ины, дахэ.

Столыр хъурае, ины.

Мы урамыр занкIэ, шъуамбгъо.

Алый унэ ин иI.

Синанэ кIасэ джэнэ дахэхэр сфидыгъэх.

Непэ жъыбгъэ чъыIэ къепщэ.

KIымэфэ чъыIэр къэсыгъ.

Тыгъуасэ ощх фабэ къещхыгъ.

Вставьте нужные по смысу слова

ЦIыфым гущыIэ…. икIасэх.

Адыгэхэм гъомлапхъэ…. ашIых.

Тисымэджэщ врач… чIэтых.

Тигъунэгъухэм хьэ …. яI.

Лэгъэ… столым тетых, лэгъэ… шкафым дэтых.

Непэ Iудэнэ…. къэсщэфыгъэх.

Слова, для вставки: къабзэхэр, фыжьхэр, бзэджэ, шIойхэр,Iазэхэр, Iашlухэр, дахэхэр.

Переведите текст на адыгейский язык

Я хочу сшить красивое платье. Наступил новый учебный год. Мы любим сладкие яблоки. У отца дом большой. Белый снег идет. Осенью листья дерева желтые, красные.

Переведите предложения на русскийязык

Тэ чэм тиI. Татэ зы мэл иI. Мыр мэлы, ар чэмы. Сэ Iанэ сиI.Сэ сэтхэ, о одэ. Сасэ матIэ. О орэд къэпIощт. Сэ письмэ сэтхы. Ащ джанэ еды.

Поставьте глаголы в будущем времени

Матхэ, мадэ, мэчъые, мэтIысы, едждэ, ит, ис, чIэс, чIэт,матIэ, мачъэ.

Проспрягайте следующие глаголы

Сыдах, сыузынчъ, матхэ, сэчъэ.

Перепишите предложения, вместо точек поставьте нужные по смысу слова

Фатимэрэ, Риммэрэ лы гъэжъуагъэ…. (ашхы, зэдашхыщт, зэдашхы). Кlалэхэр псым …. (есых, зэдесых, зэдесыщтых, щызэдесых). Тыгъуасэ тадыжь хьакlэхэр…. (кlон, къэкlох, къэкlуагъэх, кlощтых). Тэ тыгъуасэ урокитф…. (иl, тиl, тиlагъ, тиlэщт). Непэ тыгъэр дахэу…(къепсыгъ, къепсы, къепсыщт).

Прочитайте и переведите текст на русский язык

Сэ lапэ сиl. Тэ матэ тиl. Татэ мэл иl. Сэ тетрадь сиl. Тэ стол тиl.

Прочитайте и запомните вопросительные местоимения и их ответы

Хэт мыр? Кто это? Мыр Алый – Это Алий.

Сыд мыр? Что это? Мыр ручк – Это ручка.

Мыр мэлы – Это овца.

Мыр чэмы – Это корова.

Хэт щысыр? Кто сидит? Асиет щыс – Асиет сидит.

Хэт щытыр? Кто стоит? Казбек щыт – Казбек стоит.

Сыд щысыр? Что сидит? Чэмыр щыс – Корова сидит.

Сыд щытыр? Что стоит? Чэтыр щыт – Курица стоит.

Хэт дахэр, иныр? Кто красивый, большой? Аскэр дахэ, ины – Аскер красивый, большой.

Сыд дахэр, иныр? Что красивый, борльшой? Столыр дахэ, ины – Стол красивый, большой.

Чэмыр дахэ, ины – Корова красивая, большая.

Переведите предложения на адыгейский язык

Кто это? Что это? Кто стоит? Кто красивый? Что красивый? Асиет сидит. Казбек стоит. Корова сидит. Курица стоит.

Вставьте вместо точек нужные личные местоимения

….дахэ сэтхэ. …. тичэлэ шlу тэлъэгъу. … шъуищагу ина? … мэзым макlох. ….къужъыр сэшхы. ….неущ чылэм тыкlощт ….сыстудент ….дэгъоу еджэ…

Переведите предложения на русский язык и подчеркните числительные

Классым столитф ит. Сэ тетрадь пшlыкlубгъу сиl. Вазэм мэlэрысэ тlокl илъ. Унэм кlэлих къихьагъ. Татэ мэлий иl. Сэ ящэнэрэ классым сыщеджэ. Сшы апэрэ курсым ис. Аслъан иунагъо кlэлибл ис. Сэ пшъэшъэгъуитlу сиl.

Составьте предложения с числительными: *зы, щы, тфы, апэрэ, ятlонэрэ, ящэнэрэ.*

Напишите шесть предложений с числительными.

Переведите предложения на адыгейский язык

Я учусь на третьем курсе. Пятый этаж. Пятнадцать картин. Маме шестьдесят лет. В нашем классе семь девочек и одиннадцать мальчиков. У друга два дома. На столе стоит три

графина.

Прочитайте и перевидите слова на русский язык

Щыl, ренэу, гъэ, мыгъэ, тыдэ, нычэпэ, лэжьыгъэ, етlанэ, хатэ, мыщ.

Переведите предложения на русский язык и подчеркните наречия

Мыгъэ кlасэу ос къесыгъ. Сыдигъо тадэжь укъэкlощта? Неущ шъуадэжь сыкъэкlощт. Тыдэ кlуагъэхэми зэныбджэгъухэр зэгъусэх. Нычэпэ ощх чъыlэ къещхыгъ. Тэ джыри мы тхылъым теджагъэп. Римэ пчэдыжьрэ ренэу ышыпхъу ефэпэжьы. Модыкlи мыдыкlи плъэгъурэр мэзы.

Переведите предложения на русский язык и определите время и лицо причастия

Образуйте причастия

от динамических глаголов: мэшхы, матlэ, мэджэгу, мэбыбы, мэчъые, мэгъы, мэгупшысэ, мадэ;

от статических глаголов: щыс, гос, тес, дэс, щылъ, иl, пыт, щыl.

Проспрягайте следующие причастия: сшхырэр, сlорэр, схьырэр.

Переведите словосочетания с деепричастиям

Шхэзэ макlо, щылъэу еджэ, чъэзэ тефагъ, кlозэ мэчъые, щысэу мадэ, гушlозэ къэкlуагъ.

Образуйте от глаголов деепричастие с суффиксами – зэ, -эу

Ит, мажъо, щылъ, зефапэ, еплъы, ешъо, тес, делэ, мэджэгу, дэкlуае, еджэ.

В адыгейском языке приставки, обозначающие принадлежность, делятся на приставки:

имущественной принадлежности (си-, уи-, и-, ти-, шъуи-, я-);

органической и родственной принадлежности (ся-, уя-, ы-, тя-, шъуя-, я-) [сы- (с-), у- (п-), ы-, ты- (т-), шъу-, а-].

Перевидите словосочетания на адыгейский язык и выделите приставки

Мои книги, твоя улица, её платье, ваша школа, их класс, моя рука, твой нос, его родители, наши руки, ваша мать, их улица.

Вопросу к зачету

1. Адыгейский язык и его диалекты.

2. Адыгейский алфавит: изображение звуков, строение и значение букв.

3. Распределение гласных звуков в адыгейском языке.

4. Типы артикуляции согласных звуков.

5. Сложные буквы с литерами Ъ, Ь, 1, У.

6. Синонимы, омонимы и антонимы.

7. Способы словообразования.

8. Грамматические категории и синтаксические функции имени существительного.

9. Притяжательные приставки и их грамматические особенности.

10. Склонение имен существительных. Типы склонения.

11. Морфологические признаки и синтаксические функции прилагательного.

12. Качественные и относительные прилагательные.

13. Сочетание прилагательного с существительным.

14. Лексико – грамматические разряды местоимений.

15. Разряды числительных и способы их образования.

16. Сочетание числительного с существительным.

17. Морфологические признаки и синтаксические функции глагола.

18. Переходные и непереходные глаголы, их спряжение.

19. Динамические и статические глаголы, их спряжение.

20. Превербы.

21. Категории глагола.

22. Причастие, его образование.

23. Изменение деепричастий по временам и числам.

24. Виды и способы образования наречий.

25. Общая характеристика служебных частей речи.

26. Типы словосочетаний.

27. Типы простых предложений по составу и по цели высказывания.

28.Подлежащее и способы его выражения.

29. Сказуемое и его виды.

30. Прямое и косвенное дополнение.

31. Определение.

32. Обстоятельство.

33. Предложения с прямой и косвенной речью.

34. Типы и средства связи между частями сложносочиненных предложений.

35. Структурные особенности и типы бессоюзных сложных предложений.

Тестовые задания

Вариант 1

1. Какое двуязычие в Республике Адыгея?

а) полное;

б) неполное;

в) адыгейско-русское;

г) русско-адыгейское.

2. Сколько государственных языков в Республике Адыгея?

а) один;

б) два;

в) три;

г) десятки;

3. Является ли адыгейский язык государственным языком Республики Адыгея?

а) да;

б) нет;

4. Является ли русский язык государственным языком Республики Адыгея?

а) нет;

б) да.

5. Совпадает ли количество букв русского и адыгейского алфавитов?

а) да, совпадает;

б) нет, не совпадает.

6. Сколько букв в адыгейском алфавите?

а) 33 буквы;

б) 34 буквы;

в) 66 букв;

г) 52 буквы.

7. Сколько гласных букв в адыгейском алфавите?

а) три;

б) десять.

8. Наличествуют ли в адыгейском языке лабиализованные (губные) звуки?

а) да;

б) нет.

9. Сколько согласных лабиализованных (губных) букв в адыгейском алфавите?

а) четыре;

б) десять;

в) четырнадцать.

10. Сколько согласных букв в адыгейском алфавите?

а) 23;

б) 55;

в) 56;

11. Есть ли беззвучные буквы в адыгейском алфавите?

а) да;

б) нет.

12. Читаются и произносятся одинаково буквы адыгейского и русского алфавитов?

а) да, читаются одинаково;

б) нет, читаются по-разному.

13. Сопровождаются ли огласовкой «ы» при их отдельном произношении согласные буквы адыгейского алфавита?

а) да;

б) нет.

14. Сколько согласных звуков в слове хьакIэ [хьакIэ] «гость»?

а) два;

б) четыре.

15. Сколько гласных звуков и букв в слове гъунэгъу [гъуынэгъу] «сосед»?

а) два звука и одна буква;

б) два звука и три буквы.

16. Сколько согласных букв в слове джанэ «платье»?

а) три буквы;

б) две буквы.

17. Сколько сложных букв образуются с участием литеры ь ?

а) две буквы;

б) три буквы;

в) семь букв.

18. Сколько сложных букв образуются с участием литеры ъ ?

а) две буквы;

б) семь букв;

в) 12 букв.

19. Сколько сложных букв образуются с участием литеры I ?

а) семь букв;

б) одна буква;

в) 12 букв.

Вариант 2

1. Сколько государственных языков в Республике Адыгея?

а) один;

б) два;

в) три;

г) десять.

2. Какие народы РА являются автохтонами Кавказа?

а) адыги;

б) грузины;

в) татары;

г) украинцы.

3. Сколько букв в адыгейском алфавите?

а) 33 буквы;

б) 34 буквы;

в) 64 буквы;

г) 52 буквы.

4. Сколько всего лабиализованных (губных) звуков в адыгейском алфавите?

а) четыре;

б) десять;

в) четырнадцать;

г) пять.

5. Сколько согласных букв в слове джанэ «платье»?

а) три буквы;

б) две буквы;

в) пять букв;

г) одна буква.

6. Сколько сложных букв образуются с участием литеры ь ?

а) две буквы;

б) три буквы;

в) семь букв;

г) десять букв.

7. Сколько двухзначных букв образуются с участием литеры ъ ?

а) две буквы;

б) семь букв;

в) двенадцать букв;

г) двадцать букв.

8. Сколько сложных букв образуются с участием литеры I ?

а) семь двузначных букв;

б) одна буква;

в) двенадцать букв;

г) десять букв.

9. Кто является автором слов гимна Республики Адыгея?

а) И. Машбаш;

б) Р. Нехай;

в) С. Панеш;

г) Т. Керашев.

10. Кто является автором музыки гимна Республики Адыгея?

а) Ч. Анзароков;

б) У. Тхабисимов;

в) Г. Чич;

г) Р. Сиюхов.

11. При приветствии обращаются к одному лицу:

а) шъуимафэ шIу!

б) уимафэ шIу!

в) шъуипчэдыжь шIу!

г) хъяркIэ!

12. Какой суффикс образует форму множественного числа?

а) гъ;

б) щт;

в) х(хэ);

г) н.

13. Кем был составлен первый «Букварь черкесского языка»?

а) Д. Ашхамафом;

б) У. Берсеем;

в) Ш. Ногмовым.

14. На основе, какой графики составлен действующий алфавит адыгейского языка?

а) русской;

б) латинской;

в) арабской.

15. Когда отмечают в Республике Адыгея «День адыгской письменности»?

а) 14 апреля;

б) 14 ноября;

в) 14 марта.

Семинарские занятия

Тексты с заданиями по грамматике

Прочтитетекст.	Моя визитная карточка

Сивизитнэ карточк	Меня зовут Каплан, фа
Сэ сцIэр Къэплъан, слъэкъуацIэр Абрэдж.	Мне семнадцать лет. Я
Сэ илъэс пшIыкIубл сыныбжь.	Я родом из Гиагинской
Сэ мэзаем ипшIыкIутIум сыкъэхъугъ. Сэ Джаджэ сыщыщ.	Там проживает много а
Ащ адыгэхэр бэу щэпсэух. Сэ сыстудент.	Учусь в колледже.
Колледжым сыщеджэ.	Он находится в городе
Ар къалэу Мыекъуапэ дэт. Джы общежитием сычIэс. Сэ ныбджэгъубэ сиI.	У меня много друзей. М
Синыбджэгъу анахь дэгъум ыцIэр Мурат.	Он тоже студент.
Ари студент.	

Прочтите слова и словосочетания, запомните их

Сэ сцIэр − моѐ имя слъэкъуацIэр − моя фамилия

илъэс пшIыкIубл − семнадцать лет сыныбжь − мой возраст

мэзаем ипшIыкIутIум − двенадцатого февраля сыкъэхъугъ − я родился

Джаджэ сыщыщ − я родом из Гиагинской ащ - там

бэу − много

щэпсэух − проживают сыщеджэ − я учусь в …

къалэу Мыекъуапэ – (в) городе Майкопе джы − теперь, сейчас

общежитием сычIэс − живу в общежитии

ныбджэгъубэ − много друзей

синыбджэгъу анахь дэгъум − моего лучшего друга ыцIэр − (его) имя

ари − и он (тоже)

Обратите внимание на изменение существительного с пристав- кой принадлежности в единственном числе

1л. сэ сцIэр, синыбджэгъу 2л. о пцIэр, уиныбджэгъу 3л. ащ ыцIэр, иныбджэгъу

Просклоняйте существительные *колледж, къалэр, ныбджэгъу* по образцу

Определѐнный тип Неопределѐнный тип

Им. п. илъэсыр Им. п. илъэс

Эрг. п илъэсым Эрг.п. илъэс

Творит. п. илъэсымкIэ Творит. п. илъэскIэ

Прерв. п. илъэсэу Превр. п. илъэсэу

Обратите внимание на различия при склонении определѐнных и неопределѐнных существительных

Прочтите предложения, обратите внимание на форму глаголов

сыкъэхъугъ, сыщыщ, сыщэпсэу, сыстудент, сыщеджэ, сычlэс

Сэ мэзаем ипшlыкlутlум сыкъэхъугъ (прош. вр., 1л., ед.ч.)

Сэ Джаджэ сыщыщ (наст. вр., 1л., ед.ч.)

Ащ адыгэхэр бэу щэпсэух (наст. вр., 3л., мн.ч.)

Сэ сыстудент (наст., вр.,1л., ед.ч.)

Колледжым сыщеджэ (наст. вр., 1л., ед.ч.)

Джы общежитием сычlэс (наст.вр. 1л., ед.ч.)

Измените глаголы по лицам *сыщыщ, сыщеджэ, сиl* по образцу:

1л. сэ сыкъэхъугъ сыдэт

2л. о укъэхъугъ удэт

3л. ар къэхъугъ дэт

Составьте предложения с глаголами *щыщ, щеджэ, щэпсэу,дэт*

Расскажи о своѐм друге

Прочтите текст

Нэlосэныгъ -Уимафэ шlу! Нэlуасэ тызэфэ- гъэхъуба?!. Сэ сцlэр Аскэр. О сыда пцlэр? • Сэ сцlэр Мир. • О устудентка? • Ары, сэ сыстудентк, мы уни- верситетым сыщеджэ. • Мы къалэм ущэпсэуа? • Хьау, сэ къуаджэу Кощхьаблэ сыщыщ, сессием сыкъэкlуагъ. • Общежитием учlэса? -Хьау, сэ сянэшыпхъум дэжь сис.	Знакомство • Добрый день! Можно с тобой позна зовут? • Меня зовут Мира. • Ты студентка? • Да, я студентка, учусь в этом универ • Ты живѐшь в этом городе? • Нет, я из аула Кошехабль, при- еха • Ты живѐшь в общежитии? • Нет, я живу у тѐти.

-Уадэжь хьэкIакIо сыкъакIо хъущта? • Хъун адэ, адыгэхэм хьакIэхэр якIас. -НэIуасэ сызэрэпфэхъугъэр сигуап. Джыри тызэрэлъэгъун. ХъяркIэ! • ХъяркIэ!	• Можно к тебе прийти в гости? • Конечно можно, адыги любят гостей • Рад был с тобой познакомить- ся. Ещ До свидания! • До свидания!

Прочтите слова и словосочетания, запомните их

Мы къалэм − в этом городе ары − да

хьау − нет

къуаджэу Кощхьаблэ − аул Кошехабль сянэшыпхъум дэжь − у тети (по матери) сыкъакIо хъущта? − можно прийти? хъун адэ − конечно, можно

джыри − ещѐ.

Обратите внимание на образование вопросительных предложе- ний, в которых отсутствует вопросительное слово

О устудент-ка?

Мы къалэм ущэпсэу-а? Общежитием учIэс-а?

Уадэжь хьэкIакIо сыкъакIо хъущт-а?

Образуйте от глаголов отрицательную форму по образцу

Студентк − студентк-эп сыщеджэ − сыщеджэ-р-эп учIэс −

щэпсэу − сис −

сыкъакIо хъущт − сигуап −

якIас −

Ответьте на вопросы по тексту упражнения

Мирэ студентка?

Мирэ университетым щеджа? Ар мы къалэм щэпсэуа?

Мирэ общежитием чlэса? Ар янэшыпхъум дэжь иса? Мирэ сессием къэкlуагъа?

Расскажите об Аскере, как о студенте. Примерное начало:

Аскэр студент. Ар ...

Прочтите текст и переведите на русский язык

Прочтите текст

Унагъор	
Сэ унагъо сиl. Ар ины. Сиунагъо нэбгырий ис: нэнэжъитlу, тэтэжъ, сян, сят, сшыпхъу, сшы ыкlи сэры.	У меня есть семья. Она бо дедушка, мать, отец, сестра, бра
Сянэжъхэр пенсионерых.	Бабушки сейчас на пенсии.
Тэтэжъ джыри lоф ешlэ.	Мой дедушка ещè работает. О
Ащ садым lоф щишlэныр икlас.	Моя мама учительница.
Сянэ кlэлэегъадж.	Она работает в школе, препод
Ащ еджапlэм lоф щешlэ, хьиса- пымкlэ регъаджэх.	Она любит свою профессию. М
Ащ исэнэхьат шlу елъэгъу. Сянэ лъагэ ыкlи гохьы.	Еè волосы каштановые. Ей сор
Ышъхьац шхъомчышъо.	но выглядит она молодо.
Ащ илъэс тlокlитlурэ бгъурэ ыныбжь, ау ар итеплъэкlэ ныбжьыкl.	Мой отец врач. Он работает в
Сятэ lэзакlу.Ащ сымэджэщым lоф щешlэ. Сятэ лъагэ, пкъышlо.	У него светлые волосы и зеле
Ащ ышъхьац сырыф, ынэхэр уцышъох. Ар сянэ нахьи илъэситlукlэ нахьыжъ. Сятэ орэд къыlоныр икlас.	отец любит петь. Вечером я играю на гитаре и м
Сэ пчыхьэрэ гитарэм сыкъео ыкlи тэ зэкlэми орэд къызэдэтэlо.	Мои родители трудолюбивы.
Сянэ-сятэхэр хъупхъэх.	Моя мама ведèт хозяйство.
Сянэ унагъор зэрехьэ.	Она хорошо готовит, шьет
Ар дэгъоу мэпщэрыхьэ, мадэ, махъэ. Тэ ащ тыдэlэпыlэ:хьакъу – шыкъухэр тэтхьакlых, унэр зэlэтэхы.	квартиру. Моей сестре двадцать пять ле
Сшыпхъу илъэс тlокlырэ тфырэ ыныбжь.	
Сшы илъэс пшlыкlуз ыныбжь. Сэ сиунагъо шlу сэлъэгъу.	

Прочтите слова и словосочетания, запомнитеих

Сиунагъо − моя семья нэбгырий − восемь человек тэтэжъ − дедушка

сян − моя мать сят − мой отец

нэнэжъитlу − две бабушки сшыпхъу − моя сестра сэры − я

lоф ешlэ − работает

lоф щишlэныр икlас − любит работать в кlэлэегъадж − учитель

хьисап − математика исэнэхьат − (еѐ) профессия шlу елъэгъу − любит

ыкlи − и

гохьы − приятный, привлекательный ышъхьац − еѐ (его) волосы шхъомчышъо − каштановые тlокlитlурэ бгъурэ − сорок девять

итеплъэкlэ ныбжьыкl − выглядит молодо сымэджэщ − больница

пкъышlо − стройный сырыф − светлые (волосы) ынэхэр − его (еѐ) глаза уцышъо − зелѐный нахьыжъ − старше

орэд къыlоныр икlас − любит петь пчыхьэрэ − по вечерам

Обратите внимание на составные части сложных слов

Нахь+жъы = нахьыжъ нанэ+жъы = нэнэжъ татэ + жъы = тэтэжъ

кlалэ + егъадж = кlэлэегъадж шхъомч + шъо = шхъомчышъо уцы + шъо = уцышъо

пкъы + шlу = пкъышlо шъхьэ + гъусэ = шъхьагъус

Обратите внимание на правописание сочетаний существитель- ных с числительными

Нэбгырий − восемь человек нэнэжъитlу − две бабушки илъэситlукlэ − на два года сабыитlу − два ребѐнка

илъэс пшlыкlуз − одиннадцать лет яблэнэрэ класс − седьмой класс

илъэс тlокlитlурэ бгъурэ − сорок девять лет

Обратите внимание на оформление существительных с пристав- ками принадлежности

Сиунагъо − моя семья с-ян − моя мать

с-ят − мой отец

с-шыпхъу − моя сестра с-шы − мой брат

с-янэжъхэр − мои бабушки

и-сэнэхьат − еѐ (его) профессия ы-шъхьац − еѐ (его) волосы

и-теплъэкlэ − на еѐ (его) внешность и-шъхьагъусэ − еѐ супруг

Прочитайте предложения и обратите внимание на форму выра- жения сказуемого

Ащ садым lоф щишlэныр икlас.

Сятэ орэд къыlоныр икlас

Измените глаголы *шlу елъэгъу, сурэт ешlы, lоф ешlэ* **по лицам со- гласно образца:**

Ед.ч. Мн.ч.

1л. сэ lоф сэ-шlэ тэ lоф тэ-шlэ

2л. о lоф о-шlэ шъо lоф шъо-шlэ

3л. ащ lоф е-шlэ. ахэмэ lоф а-шlэ.

Просклоняйте существительные по образцу: *сымэджэщыр, унагъор, тэтэжъ, садыр, lазэ, сятэ, хьакъу-шыкъухэр,сянэ-сятэхэр.*

Ед.ч. мн.ч.

Им.п. сятэ, садыр ынэхэр

Эрг.п. сятэ, садым ынэхэм

ТВ.п. сятэкlэ, садымкlэ ынэхэмкlэ

Превр.п. сятэу, садэу ынэхэу

Обратите внимание на различие в склонении определѐнных и не- определѐнных существительных.

Переведите словосочетания на адыгейский язык и составьте с ними предложения

два брата, девять лет, мой брат, пятнадцать лет, пятьдесят лет, восьмой класс, третий курс, пятый этаж, его дом, высокий дом.

Ответьте на вопросы

Уиунагъо ина?

Тэтэжъ уиlа?

Уятэ lоф ешlа?

Уянэ бухгалтера?

Пшыпхъу сабый иlа?

Пшы еджакlуа?

Уиунагъо уикlаса?

Перескажите подробно текст

Расскажите кратко о своейсемье

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма – наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п.

Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде.

Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил;

- открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»);
- установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Цель тестовых заданий – заблаговременное ознакомление магистров факультета аграрных технологий с теорией изучаемой темы по курсу «Современные проблемы

агрономии» и ее закрепление.

Тесты сгруппированы по темам. Количество тестовых вопросов в разделе различно, что обусловлено объемом изучаемого материала и ее трудоемкостью.

Формулировки вопросов построены по следующим основным принципам:

Выбрать верные варианты ответа.

В пункте приведены конкретные вопросы и варианты ответов.

Магистру предлагается выбрать номер правильного ответа из предлагаемых вариантов.

При этом следует учесть важное требование: в ответах к заданию обязательно должен быть верный ответ и он должен быть только один.

Магистр должен выбрать верный ответ на поставленный вопрос и сверить его с правильным ответом, который дается в конце.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.



Критериоценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов:

- знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности;
- масштабность, глубина и оригинальность суждений;
- аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений;
- умение вести дискуссию;
- умение отстаивать свое мнение;
- активность в обсуждении;
- общая культура и эрудиция.

Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недостаточный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном, присутствует на отдельных этапах; 3 – критерий отражен полностью.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Наличие общих представлений о месте адыгских языков среди других языков Кавказа. Умение чтения простого текста на адыгейском языке с использованием словаря.

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки знаний студентов при проведении тестирования



Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 85% тестовых заданий;

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 70% тестовых заданий;

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа студента не менее - 51%; .

Оценка «неудовлетворительно» - выставляется при условии правильного ответа студента менее чем на 50% тестовых заданий.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Лямова Бэла Хамзетовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.08 История и культура адыгов*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
УК-5.1 Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям.			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
3	4		Культурология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-5.2 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-5.3 Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-5.4 Сознательно выбирает ценнос ые ориентиры и гражданскую позицию; тнаргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.1 . Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям.					
Знать: - особенности межкультурного взаимодействия; - основные типы мировоззрения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа, тесты, письменный опрос, рефераты, доклады, круглый стол, зачет
Уметь: - выявлять обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем особенности межкультурного взаимодействия; - преодолевать культурный барьер, воспринимая межкультурные различия; - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - способностью использовать набор коммуникативных средств и делать их правильный выбор в зависимости от ситуации общения.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.2 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп					
Знать: - основные этапы к ультурно-исторического развития общества; -	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа, тесты, письменный опрос, рефераты, доклады, круглый стол, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
основные типы мировоззрения.					
Уметь: - анализировать закономерности исторического развития; - реализовывать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов культурно-исторического и социокультурного развития России и других регионов в контексте ряда культурных традиций мира.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - специальной терминологией, методами анализа современной ситуации в стране и мире.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.4 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера					
Знать: - сущность категорий «ценность», «гражданственность». - основные типы мировоззрения;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа, тесты, письменный опрос, рефераты, доклады, круглый стол, зачет
Уметь: - определять базовые ценности в системе мировоззрения разных социокультурных общностей с позиций гражданина;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - способностью аргументированной оценки ценностной системы своего общества и объективным	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
анализом ценностной системы других обществ.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.					
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.3 Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.					
Знать: - принципы толерантного отношения к культурным особенностям представителей различных этносов и конфессий. - основные типы мировоззрения; - типы социального взаимодействия на групповом и индивидуальном уровнях.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа, тесты, письменный опрос, рефераты, доклады, круглый стол, зачет
Уметь: - реализовывать не дискриминационное толерантное восприятие культурных особенностей в личном и массовом общении и выполнении поставленной задачи. - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - способностью придерживается принципов недискриминационного взаимодействия и толерантного восприятия культурных особенностей представителей различных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
этносов и конфессий.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задания для контрольной работы

Тема 1. Этнические процессы на Северном Кавказе в эпоху камня, бронзы и раннего железа.

1. Первобытнообщинная формация каменного века на Северном Кавказе.

2. Земледельческо-скотоводческие племена Северо-Западного Кавказа в эпоху бронзового века.

3. Меоты – предки адыгов.

В ходе выполнения контрольной работы следует показать условное подразделение каменного века на палеолит, мезолит, и неолит. Рассмотреть различные точки зрения относительно первоначального заселения Северо-Западного Кавказа людьми. Перечислить наиболее известные памятники каменного века. Изучить формы хозяйства древних людей в регионе.

Во втором вопросе необходимо выяснить ареал расселения, особенности социально-экономического и культурного развития племен майкопской и дольменной археологических культур, охарактеризовать их основные памятники. Особое внимание уделить изучению Майкопского кургана. Проанализировать различные мнения об этничной принадлежности и происхождении племен майкопской культуры. Показать многообразие местных дольменов, выявить их основные типы. Необходимо изучить ареал расселения прикубанской культуры и время ее существования. Показать влияние перехода человека в эпоху железного века, которые привели к крупным сдвигам в развитии производительных сил, его последствия. Дать характеристику поселениям племен прикубанской культуры.

В рамках третьего вопроса изучить письменные источники, благодаря которым, впервые становятся известны названия племен и народностей Северного Причерноморья,

Крыма и Северного Кавказа. Очертить границы территории расселения меотов, время их существования по этапам. Изучить различные точки зрения об этничной принадлежности меотов. Привести доказательные примеры сложения адыгской общности в Закубанье на основе непрерывного развития меотской культуры (с последних веков до н.э. до раннего средневековья VII - VIII вв.). Дать характеристику экономики, общественного строя, культурного развития меотов. В центре внимания работы должна быть проблема этногенетической связи меотов и адыгов.

Тема 2. Этнокультурные и социально-политические особенности становления адыгского общества в I тыс. до н.э. – начале I тыс. н.э.

1. Меоты и степной мир: этнокультурное влияние.

2. Греческая колонизация и связи меотов с греческими полисами Восточного Причерноморья.

3. Адыги в эпоху раннего средневековья: образование зихского и касожского политических объединений в VI - VIII вв.

4. Адыго-русские взаимоотношения в X-XII вв.

При освещении данной темы следует охарактеризовать этнокультурные связи адыгов в эпоху раннего средневековья. Показать характер взаимоотношений древних адыгов с кочевыми ираноязычными (киммерийцами, скифами, сарматами, аланами) и тюркоязычными (гуннами, аварами, хазарами, кипчаками) кочевниками. Отметить результаты взаимовлияния их культур, которые стали одним из компонентов этногенеза адыгов.

Особое внимание следует уделить изучению воздействия античной культуры на этногенез адыгов с момента возникновения древнегреческих колоний в Северном Причерноморье. Показать взаимовлияния греческой и древнеадыгской культур. Охарактеризовать особенности социально-политических, экономических взаимоотношений синдо-меотов с Боспорским царством.

В работе должен быть четко прослежен процесс формирования Зихского племенного союза. Необходимо раскрыть вопрос о проникновении христианства в адыгскую среду в период правления императора Юстиниана.

В ходе выполнения работы, необходимо проследить процесс завершения формирования единой адыгской народности.

Тема 3. Монгольская экспансия и этнополитическая ситуация на Северном Кавказе XIII – XV вв.

1. Адыги и Золотая Орда.

2. Образование Кабарды.

3. Генуэзские колонии в Черкесии.

4. Черкесские мамлюки в Сирии и Египте.

Раскрытие этой темы требует анализа основных этапов монгольских завоевательных походов на Северном Кавказе. Следует обратить внимание на эволюцию взаимоотношений адыгов и татаро-монголов. Показать роль черкесских воинских формированийя в системе вооруженных сил золотоордынских ханов, а также участие адыгов в политических событиях Орды. Рассмотреть вопрос, связанный с происхождением и этимологией этнонима «черкес».

В работе необходимо охарактеризовать этнополитическую ситуацию, сложившуюся на Северном Кавказе в результате монгольских походов. Особое внимание уделить изучению процесса миграции части адыгов в пределы современной Кабарды.

Следует выявить причины и цель появления генуэзских колоний на Черноморском

побережье Кавказа во второй половине XIII в. Показать основные статьи экспорта и импорта генуэзских торговцев в Черкесии. Особое внимание уделить работорговле и ее последствиям. Охарактеризовать особенности социально-политических взаимоотношений адыгов с генуэзцами. Показать попытки распространения католицизма среди адыгов и их последствия.

Необходимо изучить вопрос, связанный с сосредоточением власти в руках черкесских мамлюков в Сирии и Египте в середине XIII в. Показать их роль в развитии государства.

Тема 4. Адыги в системе международных отношений XV - XVIII вв.

1. Крымско-османская агрессия в Черкесии и борьба адыгов за независимость

в XV – XVII вв. Исламизация адыгского общества.

2. Военно-политические контакты адыгов и Русского государства в 50-60 гг. XVI в.

3. Международное положение Черкесии в XVIII в.

В ходе выполнения контрольной работы следует осветить политические события, связанные с подчинением Крымского ханства Османской империи и ее последствия для адыгов. Следует обратить внимание на политику Османской империи и крымских ханов по отношению к Черкесии в XVI - XVII в. Показать борьбу адыгов с крымско-турецкой агрессией. Уделить внимание аталыческим связям черкесских князей с феодальными домами Крыма.

Особое внимание уделить религиозному состоянию и процессу распространения ислама среди адыгов.

Отвечая на третий вопрос, необходимо показать характер адыго-русских отношений в 50-х гг. XVI в. Выявить основные причины установления военно-политических контактов

адыгов и Русского государства. Охарактеризовать адыгские посольства в Москву в XVI в. и их последствия.

Необходимо показать процесс обострения противоречий между Османской империей и Россией на Северо-Западном Кавказе в начале XVIII в. и укрепление позиций России в регионе во второй половине столетия. Показать международное положение Черкесии и ее борьбу за независимость.

Тема 5. Социально-экономическое и политическое развитие адыгов в XVIII– начале XIX вв.

1. Этнотерриториальный ареал и численность адыгской этнической общности.

2. Экономическое развитие адыгов.

3. Особенности общественно-политического развития адыгов: раскол на демократический и аристократический типы общества.

4. Сословно-классовая структура адыгского общества. Социальная борьба.

При выполнении работы необходимо показать границы Черкесии. Показать субэтническое деление адыгов, их этнотерриториальный ареал, численность. Указать на процесс этнической консолидации.

Охарактеризовать систему экономики и торговли. Раскрыть проблему торговых отношений адыгов с внешним миром, коснуться вопроса работорговли.

В работе должен быть четко прослежен процесс демократизации общественно-политического устройства натухайцев, абадзехов, шапсугов. Необходимо дать характеристику феодальным княжествам Западной Черкесии, описать их политическое устройство: функции князя, хасэ, институт судопроизводства.

Необходимо проанализировать значительные сдвиги, которые произошли в социальной жизни адыгов в XVIII в. Дать характеристику социальной стратификации адыгского общества, показать особенности взаимоотношений господствующего и низшего слоев населения. Описать социальную борьбу, в которой особое место занимает Бзиюкская битва.

Тема 6. Традиционные общественные институты адыгов и их влияние на культуру народа.

1. Гостеприимство.

2. Покровительство.

3. Аталычество.

4. Наездничество.

5. Кровная месть.

При освещении данной темы следует охарактеризовать состояние традиционных общественных институтовв условиях традиционной общественной структуры. Показать их значение в системе межэтнических отношений адыгов с народами Северного Кавказа. Дать характеристику основополагающим принципам гостеприимства и тесно связанным с ним институтом куначества-покровительста.

Изучить одну из форм установления родства и обычай воспитания детей вне родной семьи – аталычество. Выявить основные его разновидности. Показать его позитивные и негативные стороны.

При изучении института наездничества как уникальной системы военного воспитания, необходимо выявить его основные функции и особенности.

Показать место и роль кровной мести в жизни адыгского общества, необходимость ее существования в адыгской системе правосудия.

Тема 7. Феномен адыгской этики (адыгагъэ) и морально-правового кодекса (адыгэ хабзэ) в системе соционормативной культуры адыгов.

1. Адыгская этика (адыгагъэ).

2. Морально-правовой кодекс (адыгэ хабзэ).

Необходимо рассмотреть адыгскую этику (адыгагъэ) в контексте общечеловеческих ценностей. Отметить ментальные особенности адыгской этики. При выполнении работы привлечь упоминания зарубежных путешественников об адыгском этикете. Показать отражение принципов адыгского этикета в фольклоре. Выявить основные моральные принципы, понятия и нормы адыгской этики (человечность, почтительность, мужество, честь, разум), дать краткую характеристику.

При рассмотрении второго вопроса показать системную организацию адыгского этикета (адыгэ хабзэ). Подробно изучить принципы, институты общения и нормы адыгского этикета - деликатность и сдержанность, уважение старших, почитание женщины, почитание гостя.

В итоге работы показать роль адыгагъэ и адыгэ хабзэ в жизни адыгского общества.

Тема 8. Борьба адыгов за независимость в годы Кавказской войны конец XVIII– 1864 г.

1. Геополитическое положение Северо-Западного Кавказа во второй половине XVIII - первой половине XIX в.

2. Адрианопольский мирный договор 1829 г. и активизация политики России на Северо-Западном Кавказе.

3. Борьба адыгов за независимость.

4. Вынужденное переселение адыгов в Османскую империю как последствие военно-колонизаторской политики царизма.

В работе следует отразить геополитическую ситуацию на Северном Кавказе и внутреннюю социально-экономическую обстановку в Черкесии. Показать влияние результатов русско-турецких войн на изменение международного положения Северо-Западного Кавказа. Изучить завоевание Кабарды царизмом.

Особое внимание уделить подписанию Адрианопольского мирного договора 1829 г. и подробно описать расширение экспансии царизма на Северо-Западном Кавказе. Выявить основные методы, применяемые царизмом при завоевании региона. Отметить первую волну переселения адыгов в Османскую империю 30-40-е гг. XIX в. Подробно изучить строительство Черноморской береговой линии, Лабинской, Майкопской, Белореченской и др. укрепленных линий, а также процесс колонизации региона в ходе войны.

Необходимо выявить и подробно описать основные этапы борьбы адыгов за независимость. Проанализировать административно-политические реформы в Черкесии. Показать деятельность наибов Шамиля на Северо-Западном Кавказе. Дать характеритику Сочинского меджлиса 1861 г. и его результатам.

При освещении заключительного этапа Кавказской войны, проследить процесс реализации плана главнокомандующего Кавказской армии Барятинского, в соответствии с которым осуществлялось дальнейшее завоевание края – выселение коренного населения в Османскую империю и заселение края новыми поселенцами. Особое внимание уделить процессу вынужденного переселения адыгов в пределы Османской империи. В заключении показать итоги трансформации этнической структуры Северо-Западного Кавказа, новую этнолокализацию адыгов, оставшихся на Родине.

Тема 9. Адыгская диаспора

1. Формирование адыгской диаспоры.

2. Адыги в политической и социально-экономической структурах Османской империи.

3. Адыги в странах мира.

4. Современное положение диаспоры

Раскрытие данной темы требует анализа заключительного этапа Кавказской войны, выявления основных причин и особенностей формирования адыгской диаспоры. Необходимо проследить процесс вынужденного переселения адыгов, показать условия, в которых оказались кавказские переселенцы. Изучить географию первоначального расселения, численность адыгов в Османской империи во 2-й половине XIX в.

Показать место и роль адыгов в политической и социально-экономической структурах Османской империи. Необходимо затронуть вопрос, связанный с проблемой культурно-психологической адаптации и интеграции адыгов в Османском обществе.

Проследить дальнейшую судьбу адыгов-переселенцев, в результате распада Османской империи. Показать жизнь адыгской диаспоры в арабских странах (Сирия, Иордания, Палестина, Ливия, Израиль), а также в Балканских странах.

Необходимо показать современное положение адыгской диаспоры в странах мира: численность, политико-правовой статус.

Тема 10. Советская Адыгея в 1917- 20-е годы XX в.

1. Становление советской власти в Адыгее.

2. Адыгея в годы гражданской войны и иностранной интервенции 1918-1920 гг.

3. Социально-экономическое положение Адыгеи после гражданской войны.

4. Национально-государственное строительство. Образование Адыгейской Автономной области.

Необходимо рассмотреть основные события, связанные с падением монархии в стране и приходом к власти большевиков. Изучить маневры Кубанского войскового правительства после октябрьской революции в Петрограде. Показать настроения различных слоев населения в сложившейся сложной политической обстановке. Изучить события, связанные с установлением Советской власти в Майкопском отделе, созданием новых органов власти.

Во втором вопросе охарактеризовать расстановку классовых сил и отношение к Советской власти. Показать формирование отрядов Красной армии и Добровольческой армии на Кубани и в Адыгее. Изучить военные действия летом-осенью 1918 г., особое внимание уделить действиям Таманской армии. Охарактеризовать политику А.Деникина на Кубани и в Адыгее и подпольную борьбу с «деникинщиной». Необходимо определить суть террора, причины его развязывания и осуществление «белого» и «красного» террора в Адыгее. Изучить действия 1-й конной армии в Майкопе. Выявить основные причины победы Красной армии в Гражданской войне.

Необходимо изучить политику «военного коммунизма» в Адыгее и выясните необходимость е замены после войны НЭПом. Важно дать характеристику работы I съезда горцев Кубано-Черноморской области. Показать изменения, которые произошли в социальной и аграрной политике государства в связи с переходом к НЭПу.

При изучении вопроса национально-государственного строительства, необходимо показать национальную программу большевиков. Необходимо выделить основные этапы образования ААО, дать им общую характеристику. Особое внимание уделить деятельности Ш.-Г.У. Хакурате.

Тема 11. Форсированное строительство «государственного социализма» в рамках

Адыгейской Автономной области в 30-е гг. XX в.

1. Индустриализация Адыгеи.

2. Коллективизация сельского хозяйства области.

3. Социальная жизнь и внутриполитические процессы.

В начале работы необходимо показать основные цели индустриализации в СССР и процесс ее реализации в Адыгее. Изучить ее стартовые возможности в области. Охарактеризовать основные направления индустриализации Адыгеи, подвести итоги.

Во втором вопросе следует выделить процессы, характерные для развития сельского хозяйства в период коллективизации в области. Охарактеризовать и показать результаты

«сплошной» коллективизации. Показать роль 25-тысячников в форсировании темпов коллективизации. Обосновать причины малопроизводительности колхозов. Особое внимание уделить вопросу ликвидации кулачества в ААО.

Охарактеризовать общественно-политическую жизнь в условиях административно-командной системы. Особое внимание уделить вопросу отношения Советской власти к религии.

В рамках развернувшейся компании громких процессов, сфабрикованных НКВД, необходимо изучить процессы и массовые репрессии, осуществлявшиеся в Адыгейской Автономной области и их результаты.

Тема 12. Адыгея в годы Великой Отечественной войны 1941 – 1945 гг.

1. Начало войны. Мобилизация сил и средств на нужды войны.

2. Адыгея в период фашистской оккупации (август 1942 – февраль 1943 гг.).

3. Партизанское движение в Адыгее в годы войны.

4. Жители Адыгеи на фронтах Великой Отечественной войны.

5. Ликвидация последствий оккупации

При освещении данной темы следует показать место Северного Кавказа в планах немецкого командования. Описать ситуацию в ААО в начале войны: мобилизация сил и средств. Подробно изучить процесс перестройки жизни области на военный лад. Показать,

как решалась проблема кадров для народного хозяйства, какие новые формы соцсоревнования родились в период войны.

Необходимо выявить причины и сущность оккупационного режима в Адыгее, его последствия.

Показать роль партизанского движения в борьбе против фашистских захватчиков. Подробно осветить освобождение Кавказа от врага. Охарактеризовать процесс ликвидации последствий войны.

Тема 13. Социально-экономическое и культурное развитие Адыгейской Автономной области в 50 – 80-е гг. XX в.

1. Адыгейская Автономная область в середине 50-х – середине 60-х гг.

2. Адыгейская Автономная область в середине 60-х – 80-е гг.

3. Адыгея в период перестройки.

При выполнении работы необходимо отметить начало кардинальных преобразований в экономике Адыгейской Автономной области и страны в целом. Необходимо показать уровень развития промышленности области, успехи в экономике. Выявить новые предприятия, вступившие в строй. Проследить изменения в развитии транспорта и связи. Охарактеризовать положение, сложившееся в сельском хозяйстве. Особое внимание уделить изучению изменений в общественно-политической и духовной жизни, в связи с хрущевской

«оттепелью». В связи с успехами в экономике, необходимо показать перемены в социальном положении населения области. Отметить успехи в сфере образования, науки и культуры.

Изучая период середины 60-х – 80-е гг. необходимо изучить предпринятые попытки интенсификации производства и их итоги. Охарактеризовать положение в сельском хозяйстве. Особое внимание уделить строительству оросительных систем. Подробно коснуться строительства Краснодарского водохранилища. Выявить причины убыточности хозяйств и медленных темпов производства. Дать оценку противоречивым процессам в общественно-политической жизни региона, показать, как они сказались на благосостоянии и культурном уровне населения.

При изучении третьего вопроса важно дать краткую характеристику нового стратегического курса - перестройки по стране. Необходимо показать трудности перестройки, их причины. Охарактеризовать новые формы хозяйствования на селе, появившиеся в данный период. Показать преобразования в общественно-политической жизни, повлекшие изменение политической системы, расширение демократии и гласности. Уделить внимание деятельности общественных организаций в области. Подвести итоги перестройки в ААО.

Тема 14. Республика Адыгея – полноправный субъект Российской федерации

1. Изменение государственного статуса Адыгеи.

2. Социально-экономическое и политическое развитие РА

в 1990-х – начале XXI в.

3. Основные тенденции и явления в культуре современной РА.

В ходе выполнения контрольной работы следует дать характеристику общественно-политического состояния советского общества 80-90-х гг. Необходимо сформулировать причины и факторы, которые привели СССР к развалу и обострению межнациональных конфликтов. Показать издержки, которые существовали в Адыгейской Автономной области из- за отсутствия правового статуса. Особое внимание уделить описанию событий, связанных с провозглашением республики Адыгея и выходом из состава Краснодарского края. Изучить

три варианта проектов Декларации о государственном суверенитете и дальнейшее правовое оформление нового государственного статуса Адыгеи. Охарактеризовать влияние событий августа 1991 г. на ситуацию в Адыгее. Показать итоги выборов в Верховный Совет РА, избрание президента республики.

Охарактеризовать социально-экономическое и политическое развитие РА в 1990-х – начале XXI в. Воспроизвести хронологию важнейших событий истории Адыгеи за последние годы. Дать характеристику состояния межнациональных отношений в РА.

Показать влияние демократических процессов на развитие образования, науки и культуры. Охарактеризовать состояние адыгейской литературы, деятельность учреждений культуры республики.

Тестовые задания для оценки остаточных знаний

1. В 1897 г. Веселовский исследовал

а) Греческие города-колонии б) Майкопский курган в) Дольмены Богатырской поляны

2. Какие народы эпохи бронзы заложили основы этногенеза как адыгского так и абхазского народов

а) Дольменная культура б) Меотская культура в) ираноязычные народы г) тюркские племена

3. Погребальный памятник, сложенный, как правило, из огромных плит

а) курган б) дольмен в) кромлех

4. Расцвет Майкопской культуры приходится на

а) III т. до н. э. б) I т. до н. э. в) I т. н. э.

5. С возникновением какого русского княжества связано установление адыго - русских контактов в X –XII вв.

а) Ростовского б) Тмутараканского в) Черниговского

6. В XIII-XV вв. господствующее положение в торговле на Северо-Западном Кавказе приобретают

а) венецианцы б) генуэзцы в) византийцы г) арабы

7. Политика Крымского ханства была полностью зависима от

а) Золотой Орды б) Османской империи в) Казанского ханства г) Русского государства

8. Соционормативный институт, сыгравший важную роль в установлении тесных крымско-адыгских связей

а) гостеприимство б) кровная месть в) аталычество г) вассалитет

9. Главу Крымского государства – хана назначал

а) парламент б) совет старейшин в) общенародное собрание г) турецкий султан

10. Среди адыгской феодальной знати существовала социальная категория, которая имела крымское происхождение

а) пши б) хануко в) уорк г) эфенди

11. В попытках найти союзника против крымской агрессии в XVI в. адыгские князья во главе с Машуком обратились за поддержкой к

а) турецкому султану б) русскому царю в) византийскому императору г) иранскому шаху

12. На Черноморском побережье Северо-Западного Кавказа турки основали крепости

а) Кафа, Бахчисарай б) Копа, КолоЛимен в) Анапа, Суджук-Кале г) Баязет, Стамбул

13. Основным видом хозяйственной деятельности адыгов являлось

а) промышленность б) скотоводство в) торговля г) сельское хозяйство

14. Важнейшими политическими институтами в Черкесии выступали

а) княжеская власть, феодальная иерархия б) соседская община, род в) суд по адату

г) народное собрание (хасэ)

15. Самой богатой и влиятельной социальной группой в адыгском обществе являлись

а) пши-уорк б) унаут в) пши г) хануко

16. Самый суровый вид наказания у адыгов по адату

а) штраф в пользу потерпевших б) общественное порицание в) тюремное заключение

г) изгнание из общества

17. Договор по которому Россия получила все Черноморское побережье от устья р. Кубань до пристани Св. Николая

а) Кючюк-Кайнарджийский договор б) Адрианопольский договор в) Парижский мир

18. В каком году начинается планомерное продвижение царских войск внутрь Черкесии с целью «усмирения» края

а) 1817 б) 1830 в) 1853

19. Махаджирство – это

а) воинственное течение ислама б) вынужденное переселение адыгов в Турцию в) Совет адыгов созданный в 1861 г.

20. Год окончания Кавказской войны

а) 1859 б) 1817 в) 1864

21. В рамках Кубанской области адыги проживали в

а) Майкопского, Екатеринодарского и Баталпашинского отделов

б) Майкопского, Баталпашинского и Темрюкского отделов

в) Екатеринодарского, Кавказского и Майкопского отделов

22. В результате военной реформы для адыгов

а) введена рекрутская повинность б) заменялась воинским налогом в) служили на общих основаниях

23. Аталычество- это

а) умыкание невест б) один из элементов гостеприимства в) воспитание и обучение детей в чужой семье

24. Бесценным творением в духовной культуре адыгов являлся

а) Повесть временных лет б) Адыгее в) Нартский эпос

25. Зафаку, уджи, исламей – это

а) легенды б) сказки в) танцы

26. Хан-Гирей – это

а) крымский хан б) адыгский общественный деятель 1-й пол. XIX в. в) царский генерал

27. Первый поезд прибыл в Майкоп

а) 1901 г. б) 1907 г. в) 1910 г. 1913 г.

28. В каком году была образована ААО

а) 1922 г. б) 1924 г. в) 1959 г.

29. Период фашистской оккупации в Адыгее

а) август 1942 – февраль 1943 б) август 1943 – февраль 1944 в) март 1942 – август 1943

30. Первый президент РА

а) А. А. Джаримов б) Х. М. Совмен в) А. К. Тхакушинов

Темы рефератов

1. Этногенез адыгов

2. Адыги и Боспорское царство

3. Этнокультурное взаимовлияние адыгов и ираноязычных кочевников

4. Адыги в эпоху раннего средневековья: социально-экономическое и политическое развитие

5. Адыги и Генуэзские колонии

6. Черкесский султанат в Сирии и Египте в XIV - XVI вв.

7. Религия адыгов: от язычества к мусульманству

8. Этнокультурные взаимоотношения адыгов с Крымским ханством

9. Адыги в борьбе с крымско-турецкой агрессией в XV-XVIII вв.

10. Черкесия в XVIII-XIX вв.: социально-экономическое и политическое развитие

11. Материальная культура адыгов

12. Духовная культура адыгов

13. Нартский эпос адыгов

14. Адыгэ хабзэ

15. Адыгские легенды

16. Адыгский этикет

17. Соционормативные институты адыгов: аталычество, гостеприимство, куначество, абречество, наездничество, кровная месть, левират (по выбору студента).

18. Вооружение адыгов

19. Обычаи и традиции адыгов

20. Адыги в системе международных отношений в конце XVIII- начале XIX вв.

21. Народно-освободительная борьба адыгов в условиях Кавказской войны XIX в.

22. Миграционная политика Российской империи на Северо-Западном Кавказе в конце XVIII – XIX вв: выселение адыгов и колонизация территории.

23. Военная и гражданская колонизация Северо-Западного Кавказа во второй половине XIX в.

24. Трансформация этнической структуры Северо-Западного Кавказа в XIX в.

25. Образование города Майкоп

26. Интеграция адыгов в состав Российской империи в конце XIX в.

27. Кубанская область в период российских революций 1905-1917 гг.

28. Участие адыгов в Первой мировой войне

29. Адыгея в годы Гражданской войны

30. Образование Адыгейской Автономной области. Адыгея в годы НЭПа

31. Сталинская модернизация в Адыгее в 30-е годы XX в.: индустриализация и коллективизация

32. Адыгея в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.

33. Адыгея в середине 40-х – середине 60-х годов XX в.

34. Адыгея в годы «застоя»

35. Краснодарское водохранилище

36. Образование Республики Адыгея

37. Исторические и политические портреты (по выбору студента)

38. Культура советской Адыгеи (период по выбору студента)

39. История моего аула (по выбору студента)

Вопросы к зачёту по дисциплине «История и культура адыгов»

1. Ранний этап этногенеза адыгов: майкопская и дольменная археологические культуры.

2. Племена меотов и начало формирования адыгского этноса.

3. Этнокультурные связи древних адыгов с ираноязычными и тюркоязычными племенами.

4. Культурное взаимовлияние меотов с греческими городами-колониями.

5. Адыги в эпоху раннего средневековья: политическое, социально-экономическое и культурное развитие в IV-XII вв.

6. Адыги в системе международных отношений в X-XV вв.: взаимодействие с Тмутараканью и генуэзскими колониями.

7. Монгольская экспансия и ее последствия. Адыги и Золотая Орда: эволюция взаимоотношений.

8. Адыги в системе международных отношений в конце XV- середине XVIII вв. Османская политика в Черкесии. Взаимоотношения с Крымским ханством.

9. Черкесия в XVIII - начале XIX вв.: этнотерриториальное деление, особенности социально-

экономического развития.

10. Черкесия в XVIII - начале XIX вв.: общественно-политические преобразования.

11. Традиционная культура адыгов XVIII - XIX вв.: материальная культура.

12. Традиционная культура адыгов XVIII - XIX вв.: духовная культура.

13. Соционормативные институты адыгов: аталычество, гостеприимство, куначество, абречество, наездничество, кровная месть.

14. Адыги в системе международных отношений в конце XVIII – первой половине XIX в. Адрианопольский договор 1829 г., его значение.

15. Начало военной экспансии царизма в Западной Черкесии, основные этапы и методы. Военные действия царизма на Северо-Западном Кавказе на завершающем этапе Кавказской войны в 1861-1864 гг.

16. Борьба адыгов за независимость в условиях Кавказской войны: основные этапы, последствия.

17. Западные адыги на последнем этапе Кавказской войны. Черкесский Меджлис.

18. Переселение адыгов в Османскую империю во второй половине XIX в.: причины, ход, последствия.

19. Формирование адыгской (черкесской) диаспоры в странах Ближнего и Среднего Востока во второй половине XIX в.

20. Интеграция адыгов в состав Российской империи в 60-90-е годы XIX в.: политические и социально-экономические аспекты.

21. Характеристика хозяйственной жизни адыгов рубежа XIX-XX вв.

22. Адыгское просветительство в первой половине XIX в. С. Хан-Гирей, Ш. Ногмов.

23. Культура адыгов Северо-Западного Кавказа во второй половине XIX - начале XX в.

24. Кубанская область в начале XX в.: установление Советской власти, гражданская война.

25. Национально-государственное строительство в Адыгее в 20-е годы XX в. Положение

автономии в системе межнациональных отношений на Северном Кавказе.

26. Особенности социально-экономического, политического и культурного развития Адыгеи в 20-е гг. XX в.

27. Адыгея в условиях индустриализации и коллективизации в 30-е гг. XX в.

28. Адыгея в период Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. Послевоенное восстановление народного хозяйства.

29. Особенности социально-экономического, политического развития Адыгеи в 50-60-е гг. XX в.

30. Особенности социально-экономического, политического развития Адыгеи в 70- середине 80-х гг. XX в.

31. Культурное развитие Советской Адыгеи в 50-е – 80-е гг. XX в.

32. Адыгея в годы перестройки.

33. Становление современной государственности адыгов: образование республики, принятие Конституции.

34. Адыгская (черкесская) диаспора в странах Ближнего и Среднего Востока на современном этапе: география, численность, условия проживания. Развитие общественных, культурных и гуманитарных связей с адыгской диаспорой.

35. Социально-экономическое, политическое и культурное развитие Адыгеи в 90-е - начале XXI в.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

7.4.1. Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы,

умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д.

При оценке контрольной преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствии с требованиями;

- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный,

разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

7.4.2. Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

— связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

— объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

— справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

— систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному,

этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

— закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос,

требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является»,

«относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

— открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

— установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

— установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

7.4.3. Требования к написанию реферата

Контрольная работа (реферат) – это самостоятельная студенческая работа по избранной теме, выполненная на основе изучения различных исторических документов, материалов справочников, статистических данных, монографической литературы, текущей прессы. На сравнительно небольшом материале студент должен научиться отбирать, систематизировать, анализировать факты, сопоставлять различные точки зрения. Контрольная работа выполняется в письменном виде (реферат). Рефераты различаются по форме изложения материала:



Работа над рефератом предполагает несколько этапов: выбор темы, составление плана, чтение и осмысление литературы, изложение темы и оформление реферата.

Выбор темы. Правильный выбор темы во многом определяет дальнейший успех работы. Тематика рефератов обширна. Некоторые из предложенных тем можно продолжить исследовать при изучении других общественных дисциплин, рассматривая их не с исторической точки зрения, а с философской, экономической и др. Если окажется, что тема слишком широка, лучше ограничится одной проблемой. Важно сформулировать основное тематическое задание: что я хочу сказать? Решая его, студент неизбежно придёт к необходимости определить круг рассматриваемых вопросов.

Составление плана. Первый вариант плана составляется, когда уже определена тема и прочитан соответствующий раздел в учебнике. План будет развиваться вместе с накоплением фактов, осмыслением имеющейся информации. Работа над планом реферата дисциплинирует мысли, создаёт ясность, определённость при изложении текста. Основные разделы плана определяются темой реферата. Таких узловых пунктов можно наметить 2–3. Каждая из глав может быть разделена на более мелкие параграфы. Это деление будет носить предварительный характер, поскольку в дальнейшем вопросы плана будут уточняться в зависимости от имеющегося материала, его изучения и переработки. Составив рабочий план, можно приступать к изучению дополнительной литературы.

План контрольной работы должен состоять из введения, основной части, заключения и списка использованной литературы. Во введении обосновывается актуальность темы, прослеживается её связь с проблемами современного общества, объясняются причины интереса студента к данному историческому вопросу. В основной части излагается содержание темы. В заключении подводятся итоги исследования, делаются выводы.

Работа с литературой. Отсутствие у студентов опыта работы с литературой может привести к случайному подбору книг. В методическом пособии приведён список как основной учебной, так и дополнительной литературы. Её следует использовать не только для написания контрольной работы, но и для подготовки к семинарам, зачётам и экзаменам.

Основной ошибкой студентов при чтении литературы является стремление набрать как можно больше материала, так как всё кажется важным и значимым. Нужно научиться выбирать главное. Такое чтение требует не только размышления, но и необходимость составлять заметки, фиксировать прочитанную информацию. Хорошие выписки из изученной литературы являются основой будущего реферата. Записи следует делать систематизировано.

Информация из Интернета, также может служить подготовительным материалом для последующего самостоятельного изложения темы контрольной работы.

Изложение темы. Написание реферата – самый трудный этап. Здесь требуется умение мыслить, сопоставлять различные факты, сравнивать противоположные точки зрения. Следует учиться формулировать собственные мысли на основе прочитанного материала. В процессе письменного изложения студент сталкивается с рядом трудностей. Одной из распространенных ошибок является стремление “втиснуть” в текст как можно больше фактического материала. Это приводит к увеличению объёма реферата и к утрате четкости в изложении основных идей темы исследования. Следует помнить, что важна не сумма факторов, а значимость каждого отдельного факта, его место в общем развитии мысли.

Другой распространенной ошибкой при написании реферата является логическая нестройность различных смысловых частей. Изложение может идти от общего к частному,



или от частного к общему. Узловыми моментами текста являются обобщения, которые и создают прочную логическую основу реферата. Нужно стремиться к ясному, точному изложению текста, избегая громоздких, запутанных фраз. Всё содержание реферата должно быть связанно одной мыслью. Переход от одного параграфа к другому должен быть логическим.

Третьей распространённой ошибкой является механическое копирование научных текстов. Часто компонуются 2–3 научные статьи. Такая работа выполняется формально. Реферат должен стать небольшим самостоятельным исследованием, что проявляется в отборе материала, в его анализе, усвоении и изложении.

Законченным можно считать реферат, который будет включать: хорошее знание литературы по данной проблеме, глубокое понимание сущности темы и логически стройное её изложение.

Оформление контрольной работы (реферата). Оформление контрольной работы осуществляется в соответствии с ниже указанными требованиями:

Объём работы 17– 20 страниц печатного текста.

Шрифт Times New Roman, кегль 12, межстрочный интервал 1,5. поля: слева 3, снизу, сверху, справа – 2 мм.

Структура реферата:

- Титульный лист

- План работы

- Введение, где обосновывается Ваш интерес к выбранной теме, формируются цель и задачи, представлен историографический обзор (уровень ее изученности в исторической литературе). Введение оформляется на 1-2 страницах.

- Основная часть контрольной работы должна включать не более 5 параграфов, где раскрывается основное содержание темы. После каждого из параграфов делается краткий вывод по его содержанию.

- Заключение (1-2 страницы) содержит развернутые выводы по изложенной теме.

- Список использованной литературы должен содержать не менее пяти названий книг, журнальных статей и других источников, использованных студентом в процессе работы. Он оформляется на последней странице

Текст контрольной работы должен содержать ссылки на используемые статистические данные или приводимые цитаты. Ссылки оформляются в виде концевых сносок.



Критерии оценивания реферата

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к

реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

7.4.4. Требования к проведению зачета

Зачет – это форма промежуточной аттестации, форма проверки знаний и навыков студентов, полученных на лекционных, семинарских/практических занятиях, а также в ходе самостоятельных работ. Для подготовки к зачету дан примерный перечень вопросов. Зачет может проводиться путем устного или письменного опроса, тестирования, выполнения реферата или научного доклада.

Зачет проводится в устной форме по билетам: студент должен выполнить два задания (на подготовку ответа на каждое из них отводится 15 минут).

Критерии оценки знаний на зачете

1. **Оценка «зачтено»** ставится, если студент демонстрирует уверенное, достаточное либо необходимое знание дисциплины.

Уверенное знание дисциплины означает, что:

- студент самостоятельно и исчерпывающе отвечает на все вопросы билета, отвечает на дополнительные вопросы по темам билета;

- в случае сомнения – отвечает самостоятельно на все дополнительные вопросы по другим темам дисциплины.

Уверенное знание предмета означает, что студент может самостоятельно формулировать определение понятий, называя при этом (без помощи преподавателя) все существенные признаки; знает и понимает содержание правовых категорий, может применять их практически: приводить примеры, решать правовые задачи; демонстрирует знание формы правления, государственного устройства, и политического режима современного российского государства, системы и структуры государственной власти РФ, основ местного самоуправления, демонстрирует знание действующего законодательства; самостоятельно предметно мыслит: способен давать свое суждение по проблемным правовым и политическим вопросам.

2. Оценка «зачтено» ставится также, если студент демонстрирует достаточное (целостное) знание дисциплины, т.е.:

- отвечает самостоятельно на все вопросы билета, при необходимости - с помощью

«наводящих» вопросов преподавателя; отвечает на дополнительные вопросы по темам билета;

- в случае сомнения – отвечает самостоятельно на дополнительные вопросы по другим темам дисциплины.

Достаточное знание предмета означает, что студент освоил категориальный аппарат; свободно ориентируется в структуре государства и государственной власти РФ, в видах правоотношений и регулирующем их законодательстве, способен применять теоретические знания практически: приводить примеры, решать правовые задачи.

3. Оценка «зачтено» может быть поставлена также в случае, если студент демонстрирует необходимое знание дисциплины, т.е. освоение ее базовых разделов:

- самостоятельно отвечает на 50% вопросов билета (один из двух), ориентируется в другом вопросе билета после наводящих вопросов преподавателя либо отвечает самостоятельно на дополнительные вопросы по другим базовым темам дисциплины;



- в случае сомнения – ориентируется в вопросах по другим разделам дисциплины.

Необходимое знание предмета означает, что студенту понятен категориальный аппарат дисциплины; студент в целом ориентируется в государственном устройстве, в различных правоотношениях и законодательстве, их регулирующем, способен логически мыслить, отвечая на правовые вопросы.

4. Оценка «незачет» ставится, если студент не ответил ни на один вопрос билета (ни самостоятельно, ни с помощью «наводящих» вопросов преподавателя); не знает правовых категорий дисциплины; не ориентируется в правовых отраслях и законодательстве, регулирующем правоотношения в данной сфере.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 28.08.2023	Чунтыжева Рима Владимировна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.08.2023	Кудаева Светлана Григорьевна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 31.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.09 Психология*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды			
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Психология
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.			
2	2		Психология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.			
2	2		Психология
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата			
2	2		Психология
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
УК-6.4 Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков			
2	2		Психология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды					
Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, зачет
Уметь: формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, зачет
Уметь: - планировать самостоятельную	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
деятельность в решении профессиональных задач;- находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития			ошибки		
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, зачет
Уметь: - расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата					
Знать: основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
труда.					
Уметь: подвергать критическому анализу проделанную работу.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки					
УК-6.4 Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков					
Знать: основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, зачет
Уметь: планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач;- находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками выявления стимулов для саморазвития.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания

Вариант 1.

1. Всеобщее действие живой материи вступать во взаимодействие с окружающей средой называется....

1) активностью 2) навыком

3) психикой 4) инстинктом

2. Наследуемая форма поведения называется....

1) научением 2) навыком

3) инстинктом 4) рефлексом

3. Психологическое направление, которое считает, что предмет психологии – это поведение как совокупность реакций организма на стимулы внешней среды, - ...

1) психоанализ 2) гуманистическая психология

3) бихевиоризм 4) психология сознания

4. Свойством сенсорной психики является ...

1) действие 2) навык

3) инстинкт 4) чувствительность

5. Высший уровень психического отражения и саморегуляции, присущий только человеку, называется....

1) ощущением 2) сознанием

3) воображением 4) мышлением

6. Направление психологии, основным предметом изучения которого являются целостные образы, - это ...

1) гештальтпсихология 2) бихевиоризм

3) когнитивная психология 4) психология сознания

7. Такие психические явления, как память, мышление и речь, относится к

1) психологическим свойствам

2) психологическим состояниям

3) познавательным процессам

4) поведению

8. Особенностью психического отражения на стадии элементарной сенсорной психики является (ются) ...

1) воображение 2) элементарные формы мышления

3) чувствительность 4) отражение в форме образов

9. Принцип отечественной психологии, согласно которому все в природе, в том числе и психические явления, объясняется действием материальных причин и законов, - это принцип ...

1) активности 2) развития

3) детерминизма 4) системности

10. Психология становится самостоятельной и экспериментальной областью научного

знания в ...

1) XIX веке 2) XVIII веке

3) XX веке 4) XVI веке

Вариант 2.

1. Приспособительное изменение чувствительности органа чувств к действующему раздражителю называется...

1) взаимодействием ощущений 2) локализацией

3) адаптацией 4) контрастом

2. Анатомо-физиологическая система, ответственная за прием и переработку информации в ощущения, есть....

1) рефлекс 2) проводниковый отдел

3) анализатор 4) рецептор

3. Такие психические явления, как память, мышление и речь, относится к

1) психологическим свойствам

2) психологическим состояниям

3) познавательным процессам

4) поведению

4. Зрительные и слуховые относятся к _____ ощущениям

1) интероцептивным 2) контактным

3) проприоцептивным 4) экстероцептивным

5. Чувственная картина мира создается такими психическими процессами, как ...

1) воображение и память 2) мышление и речь

3) ощущение и восприятие 4) обучение и воспитание

6. Нервные пути, проводящие нервные возбуждения от центра к периферии, называются ...

1) афферентными 2) эфферентными

3) коммуникативными 4) функциональными

7. Отнесенность наглядного образа восприятия к определенным предметам внешнего мира называется ...

1) адекватностью 2) осмысленностью

3) предметностью 4) избирательностью

8. Восприятие без объектов при отсутствии внешних раздражителей – это

1) галлюцинации 2) парейдолия

3) бред 4) иллюзия

9. Восприятие, приобретающее целенаправленный, планомерный характер, становится

1) мышлением 2) воображением

3) наблюдением 4) анализом

10. Бессмысленные слоги как материал для изучения «чистых законов памяти» были предложены ...

1) Г. Эббингаузом 2) Б.Ф. Зейгарник

3) У. Найссером 4) Дж. Уотсоном

Вопросы к зачету по дисциплине «Психология»

1. Предмет, задачи, принципы психологии.

2. Методы психологического исследования.

3. История развития психологического знания.

4. Мозг и психика. Структура сознания.

5. Основные направления в психологии.

6. Ощущения: свойства и виды.

7. Восприятие: основные свойства и виды.

8. Понятие внимания. Основные качества внимания.

9. Виды внимания. Факторы, способствующие привлечению внимания.

10. Понятие памяти. Виды памяти.

11. Общая характеристика мышления. Мышление и речь.

12. Логические формы мышления. Мыслительные операции.

13. Виды мышления. Индивидуальные различия мышления.

14. Понятие, функции и виды воображения.

15. Способы создания образов творческого воображения.

16. Природа чувств и эмоций.

17. Эмоции и чувства, их характеристика.

18. Понятие о воле. Структура волевого действия.

19. Волевые качества. Развитие и совершенствование волевых качеств.

20. Поведение и деятельность. Структура и виды деятельности.

21. Психология личности. Виды потребностей.

22. Знания, навыки и умения как инструментальная основа деятельности.

23. Межличностные отношения. Содержание, цели и средства общения.

24. Понятие средств общения. Характеристика невербальных средств общения.

25. Коммуникативная сторона общения.

26. Общение как межличностное взаимодействие.

27. Перцептивная сторона общения.

28. Понятие о личности. Личность и индивидуальность.

29. Психологическая структура личности.

30. Биологический и социальный факторы в формировании человека как личности.

31. Мотивация как проявление потребностей личности.

32. Самооценка личности. Уровень притязаний и фрустрации.

33. Психические состояния. Саморегуляция психических состояний.

34. Типы темперамента и их психологическая характеристика.

35. Темперамент и деятельность.

36. Общее понятие о характере. Характер и темперамент. Типология характеров.

37. Структура характера. Формирование и совершенствование характера.

38. Способности и задатки.

39. Общие и специальные способности. Талант и гениальность.

40. Виды общения и их характеристика.

41. Психология малых групп. Взаимодействия в группе.

42. Межгрупповые отношения и взаимодействия.

43. Лидер и группа. Виды лидеров.

44. Лидерство и руководство. Стили руководства.

45. Психологический климат в группе и его составляющие.

46. Понятие конфликта. Виды конфликтов.

47. Причины возникновения и способы разрешения разного рода конфликтов.

Темы рефератов

1. Проблема самоактуализации в работах А. Маслоу.

2. Развитие эмпатии в общении с ребенком.

3. Проблема эмпатийного слушания в психотерапии.

4. Нормативы экспериментальных исследований в школе Курта Левина.

5. Мышление и его роль в деятельности.

6. Культура речи руководителя.

7. Эмоциональная сфера личности.

8. Воля и ее роль в деятельности человека.

9. Принцип детерминизма в концепции С.Л. Рубинштейна.

10. Трагическое и комическое в жизни личности.

11. Развитие представлений о личности в работах С.Л. Рубинштейна.

12. Основные подходы к проблеме воли в психологии.

13. История изменения взглядов на волю.

14. Воля и саморегуляция.

15. Механизмы изменения смысла деятельности.

16. Характер и волевые качества личности.

17. Нарушение контроля поведения при различных заболеваниях.

18. Роль психологической защиты в избавлении от чувства тревоги.

19. Защита и тревога.

20. Регрессия как способ защиты личности от тревоги.

Темы докладов

1. Юмор как одна из зрелых психологических защит.

2. Типичные защиты подростка.

3. Сравнительный анализ гуманистического направления и глубинной психологии.

4. Общая проблема понимания личности в психологии.

5. Многообразие определений понятия «Личность».

6. Теории личности их основные компоненты. Критерии оценки личностных теорий.

7. История развития взглядов на темперамент.

8. Конституциональная теория У. Шелдона.

9. Развитие взглядов на темперамент в работах В.С. Мерлина.

10. Акцентуации характера

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Выбрать верные варианты ответа.

Требования к написанию реферата

Критерии оценивания реферата:

«хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос;

Требования к написанию доклада

Критерии оценивания доклада:

«отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены

требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы;

«хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос;

Требования к проведению зачета

Критерии оценки знаний на зачете:

«зачтено» ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

«не зачтено» ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 02.09.2023	Тугуз Фатима Анзауровна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 03.09.2023	Сиюхова Аминет Магаметовна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 11.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.10 Основы российской государственности*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-5.1 Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям.			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
3	4		Культурология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-5.2 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-5.3 Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-5.4 Сознательно выбирает ценнос ые ориентиры и гражданскую позицию; тнаргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.1 . Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям.					
Знать: - особенности межкультурного взаимодействия; - основные типы мировоззрения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, зачет
Уметь: - выявлять обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем особенности межкультурного взаимодействия; - преодолевать культурный барьер, воспринимая межкультурные различия; - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - способностью использовать набор коммуникативных средств и делать их правильный выбор в зависимости от ситуации общения.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.2 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп					
Знать: - основные этапы к ультурно-исторического развития общества; -	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
основные типы мировоззрения.					
Уметь: - анализировать закономерности исторического развития; - реализовывать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов культурно-исторического и социокультурного развития России и других регионов в контексте ряда культурных традиций мира.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - специальной терминологией, методами анализа современной ситуации в стране и мире.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.4 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера					
Знать: - сущность категорий «ценность», «гражданственность». - основные типы мировоззрения;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, зачет
Уметь: - определять базовые ценности в системе мировоззрения разных социокультурных общностей с позиций гражданина;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - способностью аргументированной оценки ценностной системы своего общества и объективным	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
анализом ценностной системы других обществ.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.					
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.3 Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.					
Знать: - принципы толерантного отношения к культурным особенностям представителей различных этносов и конфессий. - основные типы мировоззрения; - типы социального взаимодействия на групповом и индивидуальном уровнях.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, зачет
Уметь: - реализовывать недискриминационное толерантное восприятие культурных особенностей в личном и массовом общении и выполнении поставленной задачи. - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - способностью придерживается принципов недискриминационного взаимодействия и толерантного восприятия культурных особенностей представителей различных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
этносов и конфессий.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету.

1.Современная Россия: ключевые социально-экономические параметры.

2. Российский федерализм.

3. Цивилизационный подход в социальных науках.

4. Государство-нация и государство-цивилизация: общее и особенное.

5.Государство, власть, легитимность: понятия и определения.

6.Ценностные принципы российской цивилизации: подходы и идеи.

7.Исторические особенности формирования российской цивилизации.

8.Роль и миссия России в представлении отечественных мыслителей (П.Я. Чаадаев, Н.Я. Данилевский, В.Л. Цымбурский).

9.Мировоззрение как феномен.

10.Современные теории идентичности.

11.Системная модель мировоззрения («человек-семья-общество- государство-страна»).

12.Основы конституционного строя России.

13.Основные ветви и уровни публичной власти в современной России.

14.Традиционные духовно-нравственные ценности.

15.Основы российской внешней политики (на материалах Концепции внешней политики и Стратегии национальной безопасности).

16.Россия и глобальные вызовы.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; невыдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетво-рительно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлет-ворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний на дифференцированном зачете

Зачет может проводиться в форме устного опроса (вопросам) с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Преподаватель вправе задавать помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой.

Экзаменатор может проставить зачет без опроса или собеседования тем обучающимся, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Зачет может проводиться в форме устного опроса или тестов, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий. Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только



основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно»-студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 06.09.2023	Цеева Заира Алиевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 06.09.2023	Сиюхова Аминет Магаметовна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 11.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.11 Правоведение*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			коммерческий"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа, тесты, письменный опрос, рефераты, доклады, круглый стол, экзамен
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессионально	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
й деятельности.					
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа, тесты, письменный опрос, рефераты, доклады, круглый стол, экзамен
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
отношения-соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.					
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера- навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задания для контрольной работы

Вариант 1

1. Необходимость и назначение государства в классовом обществе.

2. Особенности государственной власти.

3. Демократия и государство.

Вариант 2

1. Необходимость и назначение в классовом обществе.

2. Объективное и субъективное право.

3. Закономерности развития права.

Вариант 3

1. Место и роль Российского государства в политической системе общества.

2. Основные черты Российского государства как республики.

3. Принципы разделения властей и его воплощение в организации государственного аппарата России.

Вариант 4

1. Принципы распределения компетенции между федеральной властью и субъектами федерации.

2. Конституционный статус республики в составе РФ. Основы конституционного строя Республики Адыгея.

3. Органы власти и исполнительных органов власти Республики Адыгея.

Вариант 5

1. Принципы правового государства и основные направления формирования правовой государственности в Российской Федерации и Республике Адыгея.

2. Права человека: содержание и юридические источники.

3. Правовое положение иностранцев, лиц без гражданства, беженцев и вынужденных переселенцев в РФ.

Вариант 6

1. Право и правосудие.

2. Суд в РФ: основные принципы деятельности.

3. Закон как источник права. Действие закона во времени, в пространстве, по предмету и по лицам.

Вариант 7

1. Общая характеристика конституционного (государственного) права России. Соотношение конституционного права с другими отраслями.

2. Конституция РФ и Конституция РА: назначение и основные признаки.

3. Порядок принятия и изменения Конституции РФ и Конституции РА.

Вариант 8

1. Предмет уголовного права. Преступление и его отличие от проступка.

2. Основания возникновения уголовной ответственности и освобождения от нее.

3. Уголовно-правовое наказание: цели и виды.

Вариант 9

1. Понятие и содержание права собственности.

2. Субъекты, объекты и формы собственности.

3. Защита права собственности в РФ.

Вариант 10

1. Понятие и виды трудового договора (контракта).

2. Содержание и стороны трудового договора (контракта).



3. Порядок и основания изменения и расторжения трудового договора (контракта).

Тесты

Вариант 1

1. Укажите признак государства:

1. демократизм
2. монархия
3. взимание налогов
4. федерализм

2. Укажите один из элементов формы государства:

1. избирательная система
2. форма правления
3. правительство
4. референдумы

3. Укажите функции государства:

1. образовательная
2. экологическая
3. регулятивная
4. экономическая
5. охрана и поддержание общественного порядка
6. дипломатическая

4. Укажите форму государственного устройства:

1. монархия
2. демократия
3. конфедерация

5. Укажите признак республики:

1. система общественных объединений
2. выборность власти
3. демократизм
4. федерализм

6. Механизм государства представляет собой:



1. систему общественных объединений
2. организацию политической власти
3. систему государственных органов
4. соглашение между правотворческими субъектами

7. Какие из указанных образований входят в механизм государства:

1. профсоюзы
2. законодательные органы власти
3. политические партии
4. общественные объединения
5. исполнительные органы власти

8. Как определяется государственный орган:

1. как политическая организация
2. как механизм государства
3. как предприятие
4. как звено государственного аппарата
5. как общественная организация

9. Как определяется понятие функции государства:

1. методы осуществления государственной власти

2. основные направления деятельности государства по решению, стоящих перед ним задач

3. виды государственной деятельности
4. формы осуществления государственной власти

10. Каким органом осуществляется законодательная власть в РФ:

1. Президент РФ
2. Правительство РФ
3. Федеральное собрание
4. Гос. Дума

11. Назовите источники права:

1. правовые нормы
2. обряды
3. юридический прецедент



4. традиции

5. правовой обычай

12. Структура нормы права включает в себя:

1. субъект

2. диспозиция

3. нормативный акт

4. санкция

5. гипотеза

6. юридический прецедент

13. Состав правоотношений включает в себя:

1. государство

2. субъективная сторона

3. физические лица

4. частные фирмы

5. юридическая обязанность

6. традиции

14. Назовите виды объектов правоотношений:

1. государственный

2. материальный

3. муниципальный

4. интеллектуальный

5. эстетический

6. правообразующий

15. Структура юридической обязанности состоит из:

1. возможность определенного поведения

2. необходимость совершать определенные действия

3. возможность пользоваться определенными социальными благами

4. необходимость нести юридическую ответственность за неисполнение законных требований

16. По характеру правовых последствий юридические факты бывают:

1. социально-экономические

2. правоизменяющие

3. эстетические

4. правопрекращающие

5. события

17. По волевому признаку юридические факты бывают:

1. правомерные

2. действия

3. правоизменяющие

4. события

18. Дееспособность-это:

1. способность лица отвечать за свои поступки

2. возможность определенного поведения

3. способность своими действиями осуществлять права и нести обязанности

4. способность иметь права и нести обязанности

19. К субъектам правоотношений относятся:

1. граждане

2. лица без гражданства

3. общественные организации

4. нормативный акт

5. иностранцы

6. юридические лица

7. конституция

20. Виды законов:

1. указы и распоряжения президента

2. уголовный кодекс

3. законы субъектов федерации

4. конституция

5. семейный кодекс

21. Признаки правонарушений:

1. общественная вредность противоправного деяния

2. связь между лицами посредством субъективных прав и юридических обязанностей

3. виновность поведения субъектов правонарушения

4. наказуемость противоправного деяния

5. значимость общественных отношений

22. Состав правонарушения включает в себя:

1. объект

2. субъективное право

3. объективная сторона

4. юридическая обязанность

5. субъект

23. Субъективная сторона преступления состоит из:

1. деяния

2. казус

3. цель

4. объект

5. вина

6. мотив

24. Как определяется понятие государства в современной юридической литературе:

1. союз людей, объединенных началами общей пользы и справедливости

2. машина для поддержания господства одного класса над другим

3. особая политическая организация, придающая своим велениям обязательную силу для населения всей страны и обладающая суверенитетом

4. средоточие всех умственных и нравственных интересов граждан

25. Соотнесите фамилии ученых, философов, политиков и созданные ими теории происхождения государства. Проставьте буквы в квадратах.

1. теологическая (религиозная)

2. патриархальная

3. договорная (естественно-правовая)

4. органическая

5. теория насилия

6. психологическая

7. классовая

Шан Ян, Е. Дюринг, Л. Гумплович, К. Каутский.

Аврелий Августин, Фома Аквинский.

К. Маркс, Ф. Энгельс, В. Ульянов (Ленин).

Л. Петражицкий.

Г. Спенсер.

Аристотель.

Дж. Локк, Т. Гоббс, Ш.-Л. Монтескье, Д. Дидро, Ж.-Ж. Руссо.

26. Какое из указанных положений характеризует форму государственного устройства:

1. методы и приемы осуществления государственной власти

2. способ территориального устройства, порядок взаимоотношений между центральной, региональной и местной властями

3. порядок образования и организация высших органов государственной власти и управления

27. Назовите форму государственного правления, при которой правительство образуется на парламентской основе и несет политическую ответственность перед парламентом:

1. дуалистическая монархия

2. парламентская республика

3. парламентарная монархия

4. президентская республика

28. Укажите унитарные государства:

1. Франция

2. США

3. Япония

4. Россия

5. Мексика

6. Индия

29. Какие из указанных образований входят в механизм (аппарат) государства:

1. профсоюзы

2.законодательные органы власти

3. общественные объединения

4. исполнительные органы власти

5. политические партии

6. правоохранительные органы

30. Выделите основные специфические признаки правового государства:

1. верховенство закона вовсех сферах государственной и правовой жизни общества

2. территориальная организация населения страны

3. взаимная ответственность государства и личности

4. наличие аппарата управления и подавления

5. разделение властей

6. реальная гарантированность прав и свобод личности

31. Выделите социальные нормы, образовавшиеся в результате сознательной деятельности человека:

1. моральные нормы

2. нормы традиций

3. нормы обычаев

4. правовые нормы

32. Каково современное понимание права:

1. система общеобязательных норм поведения, установленных или санкционированных государством и обеспеченных его принудительной силой

2. система правоотношений, реальное поведение людей, регулируемое юридическими нормами

3. возведенная в закон воля господствующего класса, содержание которой определяется материальными условиями жизни общества

4. психологическое отношение людей к своим правам и обязанностям

33. Для какого вида социальных норм свойственно государственно-принудительное воздействие:

1. норм морали

2. юридических норм

3. религиозных норм

4. норм обычаев

34. Выделите источники права:

1. правовой обычай

2. Судебник Хаммурапи



3. нормативно-правовой акт

4. экономический базис общества

5.юридический прецедент

35. Укажите нормативно-правовые акты, обладающие высшей юридической силой:

1. указы президента

2. законы

3. постановления правительства

4. внутриорганизационные акты

Вариант 2

1. Какие отношения регулирует гражданское право:

1. имущественные отношения по уплате налогов и других сборов

2. отношения по использованию земли и других природных объектов

3. имущественные отношения участников рынка, связанные с производством и реализацией товаров, оказанием услуг

4. раздел имущества (например, квартиры, дачи)

5. договорный режим имущества супругов

2. Какая из указанных характеристик не входит в понятие юридического лица:

1. организационное единство

2. самостоятельная имущественная ответственность

3. имущественная обособленность

4. платежеспособность

5. участие в гражданском обороте от своего имени

3. Укажите, какой характер имеет право собственности в РФ:

1. священный

2. относительный

3. доверительный

4. абсолютный

5. срочный

4. Укажите, кто из перечисленных лиц является наследником первой очереди при наследовании по закону:

1. государство



2. юридические лица

3. дети умершего

4. дедушка (бабушка) умершего

5. племянник умершего

5. Что является объектом обязательства:

1. вещи индивидуально-определенные

2. предметы домашнего обихода

3. действия

4. литературное произведение

5. земельный участок

6. Назовите общественные отношения, регулируемые Трудовым правом:

1. административно-правовые отношения

2. гражданские отношения

3. отношения по охране труда и здоровья работников

4. пенсионные отношения

5. отношения интеллектуальной собственности

7. Что такое трудовой договор:

1. форма реализации права на труд

2. административный акт

3. направление на работу молодого специалиста

4. договор купли-продажи

5. авторский договор

8. Что не является основанием для прекращения трудового договора:

1. соглашение сторон

2. истечение срока

3. призыв в армию

4. требование лица, не являющегося стороной трудового договора

5. рождение ребенка

9. Назовите один из видов времени отдыха:

1. каникулы

2. выходные дни

3. поездка на море

4. отгул

5. лыжная прогулка

10. Назовите, что является дисциплинарным взысканием по трудовому праву:

1. строгий выговор

2. перевод на нижеоплачиваемую работу

3. вычет из заработной платы

4. лишение отпуска

5. сверхурочная работа

11. Укажите, какие отношения регулируются семейным правом:

1. наследование имущества по завещание

2. наследование имущества по закону

3. патронаж

4. имущественные отношения между членами семьи

5. эмансипация несовершеннолетних (детей)

12. Укажите, с какого возраста по общему правилу можно вступать в зарегистрированный брак:

1. по достижении 16 лег

2. по достижении 14 лет

3. по достижении 18 лет

4. по достижении 15 лет

5. по достижении 21 года

20. Механизм государства функционирует благодоря:

1. людям, занимающимся управлением в свободное от основной работы время

2. людям, профессионально занимающимся управлением

23. Поступки, которые приводили к желаемым целям, многократно повторяясь, становились:

1. табу

2. законами

3. обычаями

24. Выберите верный вариант ответа:

1. право – совокупность правил поведения, представляющих собой меру свободы субъектов

2. право – совокупность признаваемых в данном обществе и обеспеченных официальной защитой нормативов равенства и справедливости

3. верного ответа нет

4. оба ответа верны

25. Функциями права являются:

1. регулятивная, охранительная и идеологическая

2. нормативная, воспитательная, социальная и карательная

3. все выше перечисленное

26. Слово «норма» лат. происхождения и означает буквально:

1. «хорошо»

2. «закон, порядок, поведение»

3. «правило, образец»

4. «ответственность»

27. Последователи, какой традиции правопонимания, исходят из отождествления права и закона:

1. естественно-правовой

2. либеральной

3. этатистской

28. Что является наиболее древним источником права:

1. священные книги

2. судебный прецедент

3. правовая доктрина

4. обычаи

29. Законы создаются:

1. исполнительными органами гос. власти

2. законодательным органом государства

3. судебными органами государства

30. Закон о государственном бюджете является:

1. временным



2. чрезвычайным

3. постоянным

4. конституционным

31. Первой стадией законотворческого процесса является:

1. законодательная инициатива

2. внесение законопроекта

3. создание законопроекта

4. обсуждение законопроекта

32. Последней стадией законотворческого процесса является:

1. опубликование

2. заключение

3. принятие

4. завершение

45. Эколого-правовые норма, определяющая права и обязанности участников экологического правоотношения, делятся на:

1. материальные нормы

2. процессуальные нормы

3. срочные нормы

4. исполнительные

46. Экологические правоотношения могут возникнуть между:

1. органом исполнительной власти и гражданином

2. гражданином и общественным объединением

3.политическими партиями

4. органом исполнительной власти и окружающей средой

5. предприятием и окружающей природной средой

47. Субъектом экологического права выступают:

1. государственные органы исполнительной власти

2. общественные объединения

3. граждане

4. чрезвычайная ситуация природного характера

5. земля, животный и растительный мир

1. на всех граждан и должностных лиц РФ

2. только на должностных лиц

3. на граждан, которые взяли на себя обязательство выполнять требования

законодательства о государственной тайне

4. на всех граждан и должностных лиц, если им предоставили для работы закрытые сведения

Темы рефератов

1. Общественный строй РФ: понятие, основные черты.

2. Общая характеристика РФ как правового государства.

3.Общая характеристика РФ как демократического государства.

4. Основы конституционного строя РФ.

5. Общая характеристика РФ как социального государства.

6. Президент РФ: порядок избрания, компетенция.

7. Вето Президента РФ: понятие, правовые последствия.

8. Основания и порядок прекращения полномочий Президента РФ.

9. Конституционные основы взаимоотношений Президента и Федерального Собрания РФ.

10. Федеративная форма Российского государства: понятие, основные черты.

11. Субъекты РФ: понятие, компетенция.

12. Административно-территориальное деление РФ.

13. Органы государственной власти субъектов РФ: порядок формирования, компетенция.

14. Конституционное разграничение полномочий между РФ и ее субъектами.

15. Избирательные права граждан РФ.

16. Порядок принятия и изменения Конституции РФ.

17. Референдум в РФ: инициаторы, порядок проведения.

18. Органы представительной и непосредственной демократии РФ.

19. Государственная Дума РФ: порядок избрания, компетенция.

20. Федеральное Собрание РФ: структура, полномочия.

21. Конституционные гарантии депутатской деятельности в РФ.

22. Совет Федерации: порядок формирования, компетенция.

23. Комитеты и комиссии, партийные фракции Парламента РФ.

24. Формы контроля Парламента за Правительством РФ.

25. Права и обязанности депутата Государственной Думы РФ.

26. Председатель Правительства РФ: порядок назначения, полномочия.

27. Конституционная ответственность Правительства РФ.

28. Правительство РФ: порядок формирования, компетенция.

29. Конституция РФ: понятие, основные черты.

30. Структура Конституции РФ: характеристика ее разделов.

31. Конституционные законы РФ, порядок их принятия.

32. Порядок принятия законов по Конституции РФ.

33. Гражданское общество: понятие, основные черты.

34. Социально-экономические права граждан РФ.

35. Духовно-культурные права граждан РФ.

36. Политические права граждан РФ: общая характеристика.

37. Защита прав и свобод граждан РФ по Конституции РФ.

38. Конституционные гарантии реализации прав и свобод граждан.

39. Конституционные обязанности граждан РФ.

40. Гражданство РФ: понятие и основные принципы.

41. Политические партии в РФ: общая характеристика.

42. Личные права граждан РФ: общая характеристика.

43. Правовое положение иностранных граждан и лиц без гражданства РФ.

44. Права человека и гражданина по Конституции РФ.

45. Конституционные основы правосудия в РФ.

46. Принципы правосудия в РФ.

47. Права и обязанности судей в РФ.

48. Система судебных органов в РФ: принципы организации и деятельности.

49. Органы Прокуратуры РФ: их задачи и основные направления деятельности.

50. Конституционный Суд РФ: порядок формирования, компетенция.

51. Конституционные гарантии независимости судей РФ.

52. Общая характеристика экономического строя РФ.

53. Экономическая система РФ по Конституции.

54. Республиканская форма правления в РФ: понятие , признаки.



55. Основные теории происхождения государства и права.

56. Государство и общество: взаимоотношения и различия.

57. Основные признаки государства.

58. Функции государства.

59. Формы государства: понятие и виды.

60. Государственный аппарат и государственный орган власти.

61. Основные черты правового государства.

62. Способы приобретения и прекращения гражданства РФ.

63. Формы непосредственной демократии. Выборы и референдум.

64. Признаки права. Право и мораль.

65. Право: понятие и социальное назначение.

66. Право и иные социальные нормы.

67. Источники права: правовой обычай, прецедент, договор.

68. Право и государство: взаимосвязь и взаимообусловленность.

69. Система права. Отрасли права. Правовые институты.

70. Норма права: понятие и виды.

71. Правоотношение: понятие и условия возникновения.

72. Правоспособность и дееспособность физических и юридических лиц.

73. Правопорядок и законность. Их значение.

74. Право собственности и правомочия собственника.

75. Необходимая оборона и ее пределы.

76. Гражданско-правовое обязательство.

77. Гражданско-правовой договор. Порядок его заключения.

78. Имущественные и личные неимущественные права и обязанности.

79. Виды договоров в гражданском праве.

80. Индивидуальные трудовые споры и порядок их рассмотрения

81. Коллективные трудовые споры и порядок их рассмотрения.

82. Основания прекращения трудового договора (контракта).

83. Трудовой договор (контракт): понятие и виды.

84. Правосознание и его роль в жизни общества.



85. Участники и содержание трудового договора (контракта).

86. Гражданско-правовая ответственность: общая характеристика.

87. Правомерное поведение и его значение.

88. Особенности охраны труда молодежи.

89. Участники гражданско-правовых обязательств.

90. Виды административных взысканий.

91. Юридическая ответственность: понятие и виды.

92. Уголовная ответственность: понятие и условия наступления.

93. Правовая культура.

94. Виды правонарушений.

95. Дисциплинарная ответственность. Виды взысканий.

96. Юридическое лицо. Определение и виды.

97. Презумпция невиновности и ее значение.

98. Особенности юридической ответственности несовершеннолетних.

99. Рабочее время и время отдыха.

100. Функции права.

101. Основные принципы взаимоотношений личности и государства.

102. Принципы юридической ответственности.

103. Структура правовой нормы.

104. Правонарушение, его юридический состав.

105. Нормативно-правовой акт: признаки, виды, юридическая сила.

106. Виды наказаний (санкции) в уголовном, гражданском, трудовом и административном праве.

107. Законодательство как совокупность действующих нормативно-правовых актов.

108. Правонарушение и его признаки.

109. Республика Адыгея (др. субъект) в составе РФ.

110. Символы РФ: герб, гимн, флаг, столица.

111. Разделение государственной власти как основной принцип ее функционирования.

112. Формы права собственности по российскому законодательству.

113. Основания наследования.

114. Срок исковой давности в гражданском и семейном праве.

115. Законодательный процесс. Правотворчество.

116. Защита окружающей природной среды.

117. Соотношение системы права и системы законодательства.

118. Государственный суверенитет: верховенство, независимость, самостоятельность.

119. Избирательная система РФ.

120. Местное самоуправление: понятие, субъекты, принципы.

Вопросы к экзамену

1. Государство и право, их роль в жизни общества.

2. Теории происхождения государства и права.

3. Понятие и признаки государства.

4. Функции государства.

5. Понятие формы государства.

6. Форма правления.

7. Форма государственного устройства.

8. Политический режим (гос - правовой режим).

9. Конституция РФ - основной закон государства.

10. Особенности федеративного устройства России.

11. Система органов государственной власти в РФ.

12. Механизм государства (понятие, принципы организации и деятельности).

13. Президент РФ (его правовой статус, функции, полномочия).

14. Органы представительной и законодательной власти РФ и РА.

15. Органы исполнительной власти РФ и РА.

16. Судебная власть РФ и РА.

17. Правовое государство.

18. Гражданское общество.

19. Право в системе социальных норм.

20. Понятие и сущность права.

21. Структура права.

22. Функции права.

23. Принципы права.

24. Норма права и нормативно-правовые акты.

25. Источники российского права.

26. Закон и подзаконные акты

27 Система права.

28. Общая характеристика отраслей российского права.

29. Основные правовые системы современности.

30. Международное право как особая система права.

31. Конституционное право (понятие, система, источники).

32. Основы конституционного строя.

33. Основы правового положения человека и гражданина.

34. Гражданское право (понятие, система и источники гражданского права).

35. Понятие гражданского правоотношения.

36. Физические и юридические лица.

37. Право собственности.

38. Обязательства в гражданском праве и ответственность за их нарушение.

39. Наследственное право.

40. Гражданско-правовая ответственность.

41. Трудовое право (понятие и источники).

42. Трудовой договор (контракт). Рабочее время и время отдыха.

43. Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение.

44. Уголовное право (понятие, источники и задачи).

45. Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений.

46. Обстоятельства, исключающие уголовную ответственность.

47. Понятие и цели наказания. Система и виды наказаний. Условное осуждение.

48. Правонарушение и юридическая ответственность.

49. Особенности юридической ответственности несовершеннолетних.

50. Значение законности и правопорядка в современном обществе.

51. Брачно – семейные отношения.

52. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей.

53. Ответственность по семейному праву.

54. Административные правонарушения и административная ответственность.

55. Экологическое право.

56. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности.

57. Правовые основы защиты государственной тайны.

58. Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации и государственной тайны.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д.

При оценке контрольной преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствии с требованиями;

- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа ,выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно

применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно»выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с

выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» -выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность ,сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению ,даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» -основные требования к реферату и его защите выполнены, но приэтом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, невыдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Критерии оценки знаний на зачете

1. **Оценка «зачтено»** ставится, если студент демонстрирует уверенное, достаточное либо необходимое знание дисциплины.

Уверенное знание дисциплины означает, что:

- студент самостоятельно и исчерпывающе отвечает на все вопросы билета, отвечает на дополнительные вопросы по темам билета;

- в случае сомнения – отвечает самостоятельно на все дополнительные вопросы по другим темам дисциплины.

Уверенное знание предмета означает, что студент может самостоятельно формулировать определение понятий, называя при этом (без помощи преподавателя) все существенные признаки; знает и понимает содержание правовых категорий, может применять их практически: приводить примеры, решать правовые задачи; демонстрирует знание формы правления, государственного устройства, и политического режима современного российского государства, системы и структуры государственной власти РФ, основ местного самоуправления, демонстрирует знание действующего законодательства; самостоятельно предметно мыслит: способен давать свое суждение по проблемным правовым и политическим вопросам.

2. Оценка «зачтено» ставится также, если студент демонстрирует достаточное (целостное) знание дисциплины, т.е.:

- отвечает самостоятельно на все вопросы билета, при необходимости - с помощью «наводящих» вопросов преподавателя; отвечает на дополнительные вопросы по темам билета;



- в случае сомнения – отвечает самостоятельно на дополнительные вопросы по другим темам дисциплины.

Достаточное знание предмета означает, что студент освоил категориальный аппарат; свободно ориентируется в структуре государства и государственной власти РФ, в видах правоотношений и регулирующем их законодательстве, способен применять теоретические знания практически: приводить примеры, решать правовые задачи.

3. Оценка «зачтено» может быть поставлена также в случае, если студент демонстрирует необходимое знание дисциплины, т.е. освоение ее базовых разделов:

- самостоятельно отвечает на 50% вопросов билета (один из двух), ориентируется в другом вопросе билета после наводящих вопросов преподавателя либо отвечает самостоятельно на дополнительные вопросы по другим базовым темам дисциплины;

- в случае сомнения – ориентируется в вопросах по другим разделам дисциплины.

Необходимое знание предмета означает, что студенту понятен категориальный аппарат дисциплины; студент в целом ориентируется в государственном устройстве, в различных правоотношениях и законодательстве, их регулирующем, способен логически мыслить, отвечая на правовые вопросы.

4. **Оценка «незачет»** ставится, если студент не ответил ни на один вопрос билета (ни самостоятельно, ни с помощью «наводящих» вопросов преподавателя); не знает правовых категорий дисциплины; не ориентируется в правовых отраслях и законодательстве, регулирующем правоотношения в данной сфере.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 17.09.2023	Сопов Александр Валентинович
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 17.09.2023	Кудаева Светлана Григорьевна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 18.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.12 Экология*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			коммерческий"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время			
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
3	3		Экология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3	4		Основы бережливого производства
УК-8.1 Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
46	46		Профессионально-творческая практика
3	3		Экология
45	45		Безопасность жизнедеятельности, основы военной подготовки
4	4		Безопасность жизнедеятельности
УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций различного происхождения.			
3	3		Экология
45	45		Безопасность жизнедеятельности, основы военной подготовки
4	4		Безопасность жизнедеятельности
5	5		Основы военной подготовки
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография
УК-8.3 Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) и военных конфликтов.			
3	3		Экология
45	45		Безопасность жизнедеятельности, основы военной подготовки
4	4		Безопасность жизнедеятельности
5	5		Основы военной подготовки
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.					
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.					
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения- соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера- навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время					
Знать: основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.
Уметь: определять круг задач в рамках профессионально	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
й деятельности					
Владеть: навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.
Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов					
УК-8.1 Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах					
Знать: принципы, методы и средства обеспечения безопасных и/или комфортных условий жизнедеятельности в техносфере.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.
Уметь: создавать и поддерживать	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
безопасные условия жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах.			небольшие ошибки		
Владеть: средствами и методами обеспечения безопасных и комфортных условий жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов					
УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций различного происхождения.					
Знать: методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их последствий; методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.
Уметь: идентифицировать опасности различного происхождения; выявлять и устранять проблемы связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; оценивать возможные риски от чрезвычайных ситуаций различного происхождения	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками организации мероприятий по охране труда и технике безопасности на рабочем месте; навыками оказания первой	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
помощи и защиты производственного персонала от возможных последствий чрезвычайных ситуаций					
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов					
УК-8.3 Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) и военных конфликтов.					
Знать: правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, а также военных конфликтов; способы оповещения населения об опасности в случае возникновения чрезвычайных ситуаций различного происхождения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.
Уметь: выполнять действия по защите населения от возможных последствий чрезвычайных ситуаций различного происхождения; пользоваться средствами индивидуальной и коллективной защиты.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: практическими навыками по предотвращению возникновения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций, и военных конфликтов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы для проведения текущего контроля



1. Место экологии в системе естественных наук. Задачи и структура современной экологии.

2. Основные понятия экологии и их определения.

3. История развития экологии.

4. Особенности современного этапа развития экологии.

5. Экологические факторы, принципы их классификации.

6. Определите термины: среда обитания, экологические факторы, условия существования организмов.

7. Характеристика основных групп экологических факторов.

8. Способы адаптации организмов к изменениям факторов среды.

9. Популяции: определение и критерии.

10. Структура популяций растений и животных.

11. Определите понятия: биоценоз, сообщество, биотоп.

12. Факторы, определяющие видовую структуру биоценозов.

13. Пространственная структура биоценозов.

14. Биотическая структура сообществ.

15. Биогеоценозы и экосистемы как экологические единицы биосферы. Типы экосистем.

16. Компоненты и функциональные группы экосистем.

17. Первичная и вторичная продукция сообществ.

18. Экологические пирамиды и их примеры.

19. Динамика естественных и искусственных экосистем.

20. Особенности организации и функционирования урбоэкосистем.



21. Сукцессии экосистем: первичные и вторичные.

22. Роль живых организмов в биосфере.

23. Круговороты основных биогенных элементов в биосфере и их значение.

24. Круговорот воды в биосфере.

25. Природные ресурсы как важнейшие объекты охраны окружающей среды.

26. Классификация природных ресурсов.

27. Основные принципы использования биологических ресурсов.

28. Классификация объектов международной охраны.

29. Основные принципы использования небиологических ресурсов.

30. Состав, структура и свойства биосферы.

Тестовые задания для проведения текущего контроля

Вариант 1

Задание № 1 *(выберите один вариант ответа)*

Один из разделов экологии, изучающий биосферу Земли, называется экологией …

1) экологией 2) экологией 3) общей 4) сельскохозяйственной

Задание № 2 *(выберите один вариант ответа)*

Природные тела почвы, представляющие собой результат совместной деятельности живых организмов, а также физико-химических и геологических процессов, протекающих в неживой природе, В. И. Вернадский назвал веществом …

1) косным 2) живым 3) биокосным 4) биогенным

Задание № 3 *(выберите один вариант ответа)*

«Всюдностью жизни» В.И. Вернадский назвал ...

1) способность организмов не только к пассивному, но и к активному движению

2) устойчивость живого вещества при жизни и быстрое разложение после смерти

3) высокую скорость обновления вещества

4) способность живого вещества быстро занимать всё свободное пространство

Задание № 4 *(выберите один вариант ответа)*

Из перечисленных ниже экосистем естественной является ...

1) лес 2) коралловый риф 3) город 4) пруд

Задание № 5 *(выберите один вариант ответа*)

Процесс развития экосистем от неустойчивого состояния к устойчивому – это …

1) сукцессия 2) флуктуация 3) адаптация 4) интеграция

Задание № 6 *(выберите один вариант ответа)*

В пищевой цепи «растение → тля → синица → ястреб» консумент 1-го порядка – это …

1) синица 2) тля 3) растение 4) ястреб

ЗАДАНИЕ № 7 *(выберите один вариант ответа)*

«Для экосистемы, организма или определенной стадии его развития имеется диапазон наиболее благоприятного значения фактора», гласит правило …

1) оптимума 2) десяти процентов 3) Вант-Гоффа 4) Бергмана

ЗАДАНИЕ № 8 *(выберите один вариант ответа)*

Поддержание постоянной температуры тела у теплокровных животных является _____ путем адаптации.

1) медленным 2) пассивным 3) активным 4) быстрым

ЗАДАНИЕ № 9 *(выберите варианты согласно тексту задания)*

Установите соответствие между средами жизни и их особенностями.

1. Водная 2. Почвенная 3. Наземно-воздушная

1) высокая разреженность 2) дефицит кислорода 3) создана организмами

ЗАДАНИЕ № 10 *(выберите варианты согласно тексту задания)*

Установите соответствие между группами экологических факторов и их видами.

1. Абиотические 2. Биотические 3. Антропогенные

1) нейтрализм 2) свет 3) загрязнение

ЗАДАНИЕ № 11 *(выберите один вариант ответа)*. Заполните пропуск.

Температура, свет, влажность – это _____ экологические факторы среды.

1) фитогенные 2) биотические 3) антропогенные 4) абиотические

ЗАДАНИЕ № 12 *(выберите один вариант ответа)*

Интенсивность экологического фактора, наиболее благоприятная для жизнедеятельности организма (популяции), называется зоной …

1) оптимума 2) минимума 3) максимума 4) пессимума

Вариант 2

ЗАДАНИЕ № 1 *(выберите один вариант ответа)*

Такие характеристики, как численность и плотность популяций изучает …

1) урбоэкология 2) геоэкология 3) демэкология 4) аутэкология

ЗАДАНИЕ № 2 *(выберите один вариант ответа)*

Химическим фактором среды является …

1) прозрачность 2) освещенность 3) температура 4) активная реакция

ЗАДАНИЕ № 3*(выберите несколько вариантов ответа)*. Заполните пропуск.

В пищевой цепи «трава → лемминг → полярная сова» лемминг является _____ и ___.

1) паразитом 2) хозяином 3) продуцентом 4) фитофагом 5) жертвой

Задание № 4 *(выберите один вариант ответа)*

Обмен химических элементов между живыми организмами и неорганической средой, различные стадии, которого происходят внутри экосистемы, называют круговоротом ...

1) кислорода 2) энергии 3) воды 4) веществ

ЗАДАНИЕ № 5 *(выберите один вариант ответа)*

Содержание термина «экология» определил ...

1) А. Тенсли 2) Э. Геккель 3) Ч. Дарвин 4) В.И. Вернадский

ЗАДАНИЕ № 6 *(выберите один вариант ответа)*

Человек является частью ...

1) литосферы 2) тропосферы 3) биосферы 4) техносферы

Задание № 7 *(выберите один вариант ответа)*

Количество энергии, потребляемое живыми организмами, занимающими разное положение в пищевой цепи, называют пирамидой …

1) энергии 2) численности 3) потребности 4) биомассы

ЗАДАНИЕ № 8 *(выберите один вариант ответа)*

Агроэкосистемы отличаются от естественных экосистем тем, что …

1) характеризуются большим количеством разнообразных популяций



2) требуют дополнительных затрат энергии

3) растения плохо растут 4) всегда занимают площадь большую, чем естественные экосистемы

ЗАДАНИЕ № 9 *(выберите один вариант ответа)*

Относительно устойчивое состояние экосистемы, в котором поддерживается равновесие между организмами и средой их обитания, называется ...

1) сукцессией 2) климаксом 3) интеграцией 4) флуктуацией

ЗАДАНИЕ № 10 *(выберите один вариант ответа)*

Жизнь развивается в результате постоянного обмена веществом и информацией на базе потока энергии в совокупном единстве среды и населяющих ее организмов – это закон ...

1) оптимума 2) толерантности 3) единства «организм-среда» 4) минимума

ЗАДАНИЕ № 11 *(выберите один вариант ответа)*

По способности заселять климатические зоны не имеет себе равных ...

1) корова 2) человек 3) медведь 4) тигр

ЗАДАНИЕ № 12 *(выберите один вариант ответа)*

Факторы, возникающие в результате деятельности человека, называются ...

1) абиотическими 2) биотическими 3) лимитирующими 4) антропогенными

Вариант 3

ЗАДАНИЕ № 1 *(выберите один вариант ответа)*

Функция живого вещества, связанная с поглощением солнечной энергии в процессе фотосинтеза и последующей передачей её по пищевым цепям, называется ...

1) деструктивной 2) концентрационной 3) транспортной 4) энергетической

ЗАДАНИЕ № 2 *(выберите один вариант ответа)*

Углерод вступает в круговорот веществ в биосфере и завершает его в форме ...

1) свободного углерода 2) известняка 3) угля 4) углекислого газа

ЗАДАНИЕ № 3 *(выберите один вариант ответа)*

Моделированием экологических процессов занимается _____ экология.

1) экономическая 2) химическая 3) промышленная 4) математическая

ЗАДАНИЕ № 4 *(выберите один вариант ответа)*

Комплексное научное направление в экологии, рассматривающее энергетические процессы в экосистемах, называется _____ экосистем.

1) динамикой 2) статикой 3) энергетикой 4) сукцессией

ЗАДАНИЕ № 5 *(выберите один вариант ответа)*

Построение экологических пирамид подчиняется правилу: в основании любой экологической пирамиды находятся ...

1) травоядные 2) плотоядные 3) редуценты 4) зеленые растения

ЗАДАНИЕ № 6 *(выберите один вариант ответа)*

Формирование флоры и фауны на территории поднявшегося в океане острова является примером _____ сукцессии.

1) вторичной 2) водной 3) островной 4) первичной

ЗАДАНИЕ № 7 *(выберите один вариант ответа)*

Искусственное расселение вида в новые районы распространения – это …

1) расселение 2) миграция 3) акклиматизация 4) реакклиматизация

ЗАДАНИЕ № 8 *(выберите один вариант ответа)*

Форма взаимоотношений видов, совместно потребляющих общие пищевые ресурсы, называется ...



1) комменсализмом 2) конкуренцией 3) хищничеством 4) паразитизмом

ЗАДАНИЕ № 9 *(выберите один вариант ответа)*

Биоценоз с обедненным набором видов, в который могут внедряться другие виды, называется

1) полночленным 2) ненасыщенным 3) насыщенным 4) неполночленным

ЗАДАНИЕ № 10 *(выберите один вариант ответа)*

Уровни воздействия экологического фактора, являющиеся критическими для существования вида, называются в экологии …

1) лимитирующими 2) модифицирующими 3) эффективными 4) ингибирующими

ЗАДАНИЕ № 11 *(выберите один вариант ответа)*

Совокупность особенностей строения, функционирования и поведения организмов, обеспечивающая возможность их существования в определенных условиях среды, называется …

1) адаптацией 2) абстракцией 3) агрегацией 4) акклиматизацией

ЗАДАНИЕ № 12 *(выберите один вариант ответа)*

Закономерность, демонстрирующая зависимость величины урожая от всей совокупности одновременно действующих факторов, называется законом …

1) максимума 2) пирамиды энергии 3) совокупного действия факторов 4) минимума

Темы докладов

1. История экологии.

2. Характеристика современного этапа развития экологии как науки.

3. Структура современной экологии.

4. Связь экологии с другими науками.

5. Связь экологии с практической деятельностью человека.

6. Классификация объектов международной охраны.

7. Принципы и формы сотрудничеств в области охраны окружающей среды (ООС).

8. Международные организации в области ООС.

9. Международные соглашения, проекты и программы в области ООС.

10. Основные направления международного сотрудничества России в области ООС.

11. Физико-химические особенности наземно-воздушной среды жизни и адаптации организмов к ним.

12. Физико-химические особенности почвенной среды жизни и адаптации организмов к ним.

13. Физико-химические особенности организменной среды жизни и адаптации к ним.

14. Роль воды в жизни организмов и их адаптации к различным режимам влажности.

15. Роль температуры в жизни организмов и их адаптации к экстремальным температурам.

16. Роль солнечных и других излучений в жизни организмов и адаптации к ним.

17. Роль абиотических факторов в жизни организмов и их адаптации к ним.

18. Структура популяций растений.

19. Структура популяций (половая, возрастная или пространственная) беспозвоночных животных.

20. Структура популяций (половая, возрастная или пространственная) позвоночных животных.

21. Этологическая структура популяций животных.

22. Динамика структуры популяции вида *Homosapiens*.

23. Современная структура популяции вида *Homosapiens*.

24. Биотические связи в биоценозах по В.Н. Беклемишеву.

25. Биотические связи в биоценозах по признаку пользы или вреда для партнеров.

26. Экологическая структура наземных биоценозов.

27. Экологическая структура водных биоценозов.

28. Видовое разнообразие биоценозов тропических лесов (или других типов лесов, сообществ).

29. Основные типы биоценозов биосферы.

30. Основные типы экосистем биосферы.

31. Продуктивность наземных экосистем биосферы.

32. Продуктивность водных экосистем биосферы.

33. Динамика наземных экосистем биосферы.

34. Динамика водных экосистем биосферы.

35. Энергетика экосистем (принципы функционирования экосистем).

36. Основные положения учения В.И. Вернадского о биосфере.

37. Представления В.И. Вернадского о ноосфере.

38. Глобальные экологические проблемы.

39. Экологические проблемы региона.

40. Экология и здоровье человека.

41. Эволюция биосферы: добиотическая и биотическая.

42. Структура и свойства биосферы.

43. Свойства живого вещества биосферы.

44. Круговороты биогенных элементов в биосфере.

45. Круговорот воды в биосфере.

46. Принципы использования биологических природных ресурсов.

47. Принципы использования небиологических природных ресурсов.

48. Особо охраняемые природные территории (ООПТ) России.

49. Мировая система ОООТ.

50. Система ООПТ в Республике Адыгея.

Вопросы для проведения промежуточной аттестации (зачета)

1. Основные понятия экологии, предмет и задачи. Специфика экологии как науки.

2. Структура современной экологии.

3. Связь экологии с другими науками и практической деятельностью человека.

4. История становления экологии как науки (с древнейших времен до середины 19 века).

5. История развития экологии с середины 19 века до настоящего времени.

6. Принципы, формы и направления международного сотрудничества в области охраны окружающей среды.

7. Объекты международной охраны и их классификация.

8. Международные организации в области охраны окружающей природной среды.

9. Международные соглашения, проекты и программы в области охраны природы.

10. Понятие о среде обитания, условиях существования и экологических факторах.

11. Классификация экологических факторов.



12. Абиотические факторы среды и адаптации организмов к ним.

13. Роль воды в жизни организмов и приспособления к разным режимам влажности.

14. Роль температуры в жизни организмов и адаптации к разным температурам.

15. Роль излучений в жизни организмов и адаптации к различной освещенности.

16. Вода как среда жизни, ее особенности и приспособления организмов к ним.

17. Особенности наземно-воздушной среды жизни и адаптации организмов к ним.

18. Живые организмы как среда обитания и адаптации к этой среде.

19. Особенности почвы как среды жизни и приспособления организмов к ним.

20. Биотические экологические факторы среды и адаптации организмов к ним.

21. Формы влияния антропогенных факторов на биосферу и их результаты.

22. Понятие о популяции в экологии. Популяционная структура видов.

23.Демографические характеристики популяций растений и животных.

24. Популяционные характеристики вида *Homosapiens.*Структура популяции вида.

25. Половая и возрастная структура популяций растений и животных, ее значение.

26. Пространственная и этологическая структура популяций растений и животных.

27. Биоценозы: понятие, признаки по К. Мебиусу. Разнообразие биоценозов.

28. Компоненты, границы и видовая структура биоценозов.

29. Пространственная и экологическая структура биоценозов.

30. Биотическая структура биоценозов (основные типы связей).

31 . Понятие об экосистемах и биогеоценозах. Типы экосистем.

32. Компоненты и функциональные группы экосистем, их биотическая структура.

33. Трофическая структура экосистем (цепи и сети питания, трофические уровни, экологические пирамиды).

34. Принципы функционирования (энергетика) экосистем.

35. Продуктивность естественных и искусственных экосистем.

36. Динамика естественных и искусственных экосистем.

37. Особенности организации и проблемы стабильности искусственных экосистем.

38. Учение В.И. Вернадского о биосфере. Границы, структура и состав биосферы.

39. Химический состав и свойства живого вещества биосферы.

40. Функции живого вещества биосферы.

41. Биологический и геологический круговороты веществ как условия стабильности биосферы.

42. Круговороты основных биогенных элементов и воды в природе.

43. Эволюция биосферы и изменения в ней, связанные с деятельностью человека.

44. Глобальные экологические проблемы современности и пути их решения.

45. Региональные экологические проблемы современности и пути их решения.

46. Экология и здоровья человека. Требования к качеству окружающей среды.

47. Понятие об охране природы, природных ресурсах и условиях. Классификация природных ресурсов.

48. Объекты охраны природы и формы природопользования.

49. Экологические принципы использования природных ресурсов.

50. Пути сохранения живой природы и особо охраняемые природные территории.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов, решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Отметка«отлично» – выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» – основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём доклада, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительные вопросы.

Отметка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма – наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов

результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил;

- открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие – части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»);

- установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

- установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Формулировки заданий построены по следующему основному принципу: в*ыбрать правильный (-ные) вариант (-ы) ответа.*

Критерии оценки знаний при проведении тестирования.

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа на 85 и более процентов тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа на 70-85% тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 50-70% заданий.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на менее 50% тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.



Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка «*зачтено*» ставится обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Оценка «*не зачтено*» ставится обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 13.08.2023	Гунина Галина Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 28.08.2023	Сухоруких Юрий Иванович
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 31.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.13 Культурология*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса			
4	5		Основы копирайтинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
3	4		Культурология
ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов			
3	4		Культурология
4	5		Основы копирайтинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
УК-5.1 Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям.			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
3	4		Культурология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-5.2 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-5.3 Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-5.4 Сознательно выбирает ценнос ые ориентиры и гражданскую позицию; тнаргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера			
12	12		История России
2	2		История и культура адыгов
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	**удовлетворительно**	**хорошо**	**отлично**	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов					
ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса					
Знать: методы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных комм уникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, реферат, зачет
Уметь: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных комм уникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем			пробелы		
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов					
ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов					
Знать: достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, реферат, зачет
Уметь: применять достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками учета достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
философском контекстах					
УК-5.1 . Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям.					
Знать: - особенности межкультурного взаимодействия; - основные типы мировоззрения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, реферат, зачет
Уметь: - выявлять обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем особенности межкультурного взаимодействия; - преодолевать культурный барьер, воспринимая межкультурные различия; - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - способностью использовать набор коммуникативных средств и делать их правильный выбор в зависимости от ситуации общения.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.2 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп					
Знать: - основные этапы к ультурно-исторического развития общества; - основные типы мировоззрения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, реферат, зачет
Уметь: - анализировать закономерности исторического развития; - реализовывать уважительное отношение к историческому наследию и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов культурно-исторического и социокультурного развития России и других регионов в контексте ряда культурных традиций мира.					
Владеть: - специальной терминологией, методами анализа современной ситуации в стране и мире.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.4 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера					
Знать: - сущность категорий «ценность», «гражданственность». - основные типы мировоззрения;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, реферат, зачет
Уметь: - определять базовые ценности в системе мировоззрения разных социокультурных общностей с позиций гражданина;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - способностью аргументированной оценки ценностной системы своего общества и объективным анализом ценностной системы других обществ.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.3 Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.					
Знать: - принципы толерантного отношения к культурным	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, реферат, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
особенностям представителей различных этносов и конфессий. - основные типы мировоззрения; - типы социального взаимодействия на групповом и индивидуальном уровнях.					
Уметь: - реализовывать недискриминационное толерантное восприятие культурных особенностей в личном и массовом общении и выполнении поставленной задачи. - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - способностью придерживается принципов недискриминационного взаимодействия и толерантного восприятия культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы докладов по дисциплине «Культурология»

1. Культура – сущность и значение

2. Характеристика терминов: «культура» и «цивилизация»

3. Научные труды и размышления Н. А. Бердяева, О. Шпенглера, А. Вебера в области культуры

4. Многообразие видов культур

5. Культура общения и поведения

6. Проблемы культуры современной молодежи

7. Культурные ценности.

8. Интеллигенция и элитарная культура

9. Перспективы развития народной культуры

10. Взаимодействие элитарной и народной культуры

11. Влияние технического прогресса на развитие культуры

Примерные темы рефератов

1. «Культурный человек» в современном российском обществе.

2. «Новая реальность» в искусстве XX века.

3. Античное наследие в мировой культуре.

4. Биосоциальная природа человека и её выражение в культуре.

5. Блаженный Августин о художнике и искусстве в «Исповеди».

6. Взаимодействие культур в XX веке.

7. Всемирные выставки и их роль в развитии диалога культур.

8. Гамлет и трагедия Возрождения.

9. Древнерусская литература как форма общественного самосознания.

10. Идеальное и реальное в гармонии мира и человека в искусстве Возрождения.

11. Индоевропейские корни индийской культуры.

12. Истоки Средневековья: христианство, Античность, варварство.

13. Конфуцианство и современный Китай.

14. Концепция культуры в учении Владимира Соловьёва (Павла Флоренского, Николая Бердяева).

15. Культура как осознание границ человеческой личности в театре французского классицизма.

16. Культура русского зарубежья в современной культурной жизни России.

17. Культурная революция в СССР: ее позитивные и негативные последствия.

18. Культурно-историческое значение выражения «Человек - венец природы».

19. Культурные итоги XIX века.

20. Культуры Запада и Востока как два типа духовности, два понимания мира.

21. Личность и общество в эпоху Возрождения.

22. Образ «золотого века» в древнеримской литературе.

23. Образ власти в русской народной культуре.

24. Первобытное искусство и современность.

25. Поиски «русской идеи» в общественной жизни России.

26. Постмодернизм как «радикальная множественность».

27. Проблема дегуманизации культуры в экзистенциализме.

28. Проблема реформаторства в древнеегипетской культуре.

29. Проблема соотношения личного и общественного в жизни и искусстве XIX века.

30. Проблема сохранения национальных культурных традиций в условиях концепции

«интернационального искусства» в СССР.

31. Проблема сохранения примитивных культур в условиях современной цивилизации.

32. Проблема структуры культуры в работах Клода Леви-Стросса и Мишеля Фуко.

33. Проблемы и условия оптимального функционирования институтов культуры.

34. Произведения культуры как товар.

35. Просветители о значении искусства и литературы в формировании человеческой личности.

36. Просвещение - великая мечта разума.

37. Рене Декарт и его «Рассуждение о методе» как одна из основ европейской культуры Нового времени.

38. Роль идей об общественных преобразованиях в развитии культуры Просвещения.

39. Роль римского права в истории европейской культуры.

40. Свобода как мера человека и культуры.

41. Сохранение элементов язычества в русской культуре.

42. Социокультурные основания кризиса европоцентризма.

43. Специфика бизнеса в культурной сфере.

44. Сравнительная характеристика культа Осириса в Древнем Египте и древнегреческого культа Диониса.

45. Сравнительный анализ культурологических теорий Николая Данилевского и Освальда Шпенглера.

46. Роль и место карнавала в средневековой культуре.

47. Учения о ноосфере.

Вопросы к зачету по дисциплине «Культурология»

1. Культурология как наука: Структура и состав современного культурологического знания (культурология и философия культуры, социология культуры, культурная антропология, культурология и история культуры, теоретическая и прикладная культурология).

2. Связь культурологии с гуманитарными дисциплинами.

3. Методы культурологических исследований: диахронический, синхронический.

4. Методы культурологических исследований: структурно-функциональный, системный.

5. Основные понятия культурологии: культура, цивилизация, морфология культуры.

6. Функции культуры: духовного освоения действительности, познавательная, оценочная.

7. Функции культуры: прогностическая, смыслообразующая, рекреационная.

8. Культурные процессы: субъект культуры, культурогенез, динамика культуры,

9. Культурные процессы: культурная самоидентичность, культурная модернизация.

10. Культура как объект культурологии, ее главные характеристики: преемственность, целостность.

11. Культура и личность, культурная самоидентичность.

12. Инкультурация и социализация в процессе формирования личности.

13. Культурные ценности и нормы, культурные традиции.

14. Культурная картина мира.

15. Взаимодействие культуры и природы, роль человека в данном взаимодействии, потребность возникновения экологической культуры.

16. Культура и общество. Роль общества в создании условий для тиражирования культурных ценностей.

17. Типология культур. Этническая и национальная культуры.

18. Элитарная и массовая культуры.

19. Восточные и западные типы культур.

20. Специфические и «серединные» культуры. Локальные культуры.

21. Социальные институты культуры. Миф как институт культуры. Значение мифа в формировании символического мышления.

22. Религия как институт культуры. Взаимовлияние религии и культуры. Основные социокультурные функции религии.

23. Искусство как институт культуры. Роль искусства в формировании духовной независимости человека.

24. Наука как институт культуры. Постоянно усиливающаяся роль науки в развитии культуры. Проблема «узкого специалиста».

25. Язык и символы культуры, культурные коды, межкультурные коммуникации.

26. Ментальность как психологический склад различных типов общностей. Особенности ментальности древнего общества, античности, средневековья.

27. Культурная ментальность общества эпохи Просвещения.

28. Роль понятия «мирового духа» в теории культуры Г.В.Ф. Гегеля

29. Теория О. Шпенглера о существовании множества культур, их неиерархическом соотношении.

30. Бердяев о соотношении духа и свободы. Противоречие между свободой духа и символическими формами культуры.

31. Учение З. Фрейда о формировании посредством культуры бессознательных установок личности. Понятие сублимации.

32. Теория К.Г. Юнга о коллективном бессознательном и культурных архетипах.

33. Взгляды А. Тойнби на причину генезиса цивилизаций, его концепция «Вызова и ответа».

34. Теория К.Г. Ясперса. Идея «Осевого времени»

35. Теория «пассионарности» Л. Гумилева.

36. Культура и глобальные проблемы современности.

37. Истоки отечественной культуры: культура древних славян,

38. Роль принятие христианства для русской культуры.

39. Место и роль России в мировой культуре, тенденции культурной универсализации в мировом современном процессе.

40. Проблемы сохранения и использования культурного наследия (охрана памятников,

возрождение национальных традиций и религиозной культуры, общественные организации и фонды развития культуры в России и Адыгее).

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Примерный перечень оценочных средств, их краткая характеристика и шкала оценивания

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представл оценочного средства в
	Текущий контроль успеваемости	
Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.	Темы рефе
Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Темы докл сообщений
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов: - закрытая форма - наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом	Фонд тесто
	случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил; - открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или	

	изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»); - установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие; - установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.	
	Промежуточная аттестация	
Зачет	Форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.	Вопросы к

Разработчик:	Подписано простой ЭП 28.08.2023	Триль Юлия Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 28.08.2023	Сиюхова Аминет Магаметовна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 31.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.14 Концепции современного естествознания*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи			
1	1		Философия
1	1		Математика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	3		Концепции современного естествознания
УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи			
1	1		Математика
3	3		Концепции современного естествознания
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки			
1	1		Математика
3	3		Концепции современного естествознания
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности			
1	1		Философия
1	1		Математика
3	3		Концепции современного естествознания
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи			
1	1		Философия
1	1		Математика
3	3		Концепции современного естествознания
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
46	46		Профессионально-творческая практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.
Уметь: аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи					
Знать: особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему;- логические формы и процедуры, демонстрировать способность к рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.
Уметь: анализировать источники информации с точки зрения временных и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
пространственных условий их возникновения.					
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.
Уметь: аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности					
Знать: основные термины и базовые элементы, методы исследований в системе социально-гуманитарном знания.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.
Уметь: критически оценивать информацию, независимо от источника, самостоятельно приобретать и систематизировать знания, аргументированно отстаивать свою точку зрения.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: конкретной методологией и базовыми методами социально-гуманитарных дисциплин, позволяющими	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
осуществлять решение широкого класса с задач научно-иссл едовательского и прикладного характера.					
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы докладов, вопросы к зачёту.
Уметь: аргументированн о формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы для проведения текущего контроля

1 Естественно-научная и гуманитарная культуры.

2 Место науки в системе культуры и ее структура.

3 Характерные черты науки.

4 Естествознание – фундаментальная наука.

5 Структура научного познания.

6 Основные методы научного исследования.

7 Динамика развития науки. Принцип соответствия.

8 Система мира античных философов.

9 Геоцентрическая и гелиоцентрическая системы строения мира.

10 Механистическая и электромагнитная картины мира

11 Современная естественно-научная картина мира.

12 Понятие пространства и времени.

13 Измерение времени.

14 Пространство и время в специальной теории относительности.

15 Общая теория относительности о пространстве и времени.

16 Структурное распределение вещества в мире.

17 Краткая характеристика микромира.

18 Краткая характеристика макромира.

19 Краткая характеристика мегамира.

20 Четыре вида взаимодействий и их характеристика.

21 Концепции близкодействия и дальнодействия.

22 Взаимопревращение видов материи. Принцип суперпозиции.

23 Фундаментальные постоянные мироздания.

24 Антропный космологический принцип.

25 Характер движения структур мира.

26 Элементарные частицы.

27 Корпускулярно-волновая природа микрообъектов.

28 Концепция дополнительности.

29 Вероятностный характер законов микромира.

30 Концепции неопределенности и причинности.

31 Электронная оболочка атома.

32 Свойства, формы и виды материи.

33 Вещество и его состояния.

34 Концептуальные уровни в познании веществ.

35 Состав вещества и химические системы.

36 Структура веществ и их свойства.

37 Химические процессы.

38 Методы определения параметров мегамира.

39 Земля как планета и природное тело.

40 Состав и строение Солнечной системы.

41 Солнце, звезды и межзвездная среда.

42 Галактики.

Темы докладов

Характеристика науки, ее основные черты и отличия от иных отраслей культуры.

Естествознание и его отличия от других циклов наук.

История естествознания до начала XX в.

Теория познания и современное естествознание.

Основополагающие методологические концепции развития современного естествознания.

Классификация естественных наук.

Структура естественно-научного познания.

Общенаучные и конкретно-научные методы исследования.

Специфика научных революций.

Научные революции в XX в.

Проблемы соотношения вещества и поля, материи и энергии.

Современные представления о пространстве и времени.

Специальная теория относительности.

Общая теория относительности.

Пространство, время и материя в контексте культуры: от мифов античности через теорию относительности к стандартной модели элементарных частиц.

Главные выводы специальной и общей теории относительности.

Иерархия структур природы (мега-, макро- и микромиры).

Идеи элементарности и структурности от Демокрита. до наших дней.

Физический вакуум: мир на границе реального.

Агрегатные состояния вещества (твердое, жидкое, газообразное и плазменное.

Структурные уровни организации материи и их характеристика.

Влияние космического излучения и солнечной энергии на живые тела и Землю.

Нуклеосинтез в начальной фазе развития Вселенной.

Звездный нуклеосинтез.



Разновидности материи и Вселенная.

Структура Вселенной.

Солнечная система.

Планеты земной группы.

Характеристика [основных физических взаимодействий.

Антропный космологический принцип.

Вещество, поле, вакуум и их взаимопревращения.

Фундаментальные постоянные мироздания.

Основные формы движения материи.

Основные проблемы современной химии.

Происхождение и распространенность химических элементов.

Проблемы соотношения вещества и поля, материи и энергии.

Роль симметрии и асимметрии в научном познании.

Проблемы соотношения сохранения и эволюции.

Естественно-научная концепция развития химических знаний.

Основные химические свойства вещества.

Развитие учения о составе вещества.

Периодическая система Д. И. Менделеева и квантово-механическое объяснение структуры атомов.

Многообразие химических соединений.

Катализ в химических процессах.

Достижения химии экстремальных состояний.

Роль химии в сохранении окружающей среды.

Органические и неорганические соединения в живых организмах.

Химическая сущность процессов жизнедеятельности.

Основные задачи современной химии.

Возможности современной химии и химии будущего.

Происхождение и развитие галактик и звезд.

Модели происхождения Солнечной системы.

Современные проблемы астрофизики.

Проблемы происхождения и развития Земли.

Основные положения современной тектоники.

Проблема сущности живого и его отличия от неживой материи.

Особенность биологического уровня организации материи.

Эволюционная модель происхождения жизни: гипотеза Опарина — Холдейна.

Современные исследования проблемы происхождения жизни.

Естественно-научные модели происхождения жизни.

Основные проблемы генетики и роль воспроизводства в развитии живого.

Современный этап развития биологии.

Материалистическая теория эволюции Дарвина и современная генетика.

Современное представление о наследственности и изменчивости.



Важнейшие достижения биологии последних десятилетий.

Структурные уровни неживой и живой природы.

Современные представления о возникновении жизни на Земле.

Три механизма эволюции в науке.

Наука как эволюционный процесс.

Самоорганизация в живой и неживой природе.

Эволюционные теории Ж. Б. Ламарка и Ч. Дарвина.

Концепции эволюции окружающего мира.

Основные проблемы кибернетики.

Значение системного, структурного и функционального подходов в современном естествознании.

Понятие закона и целесообразности.

Вопросы для проведения промежуточной аттестации (зачета)

Естественно-научная и гуманитарная культуры.

Место науки в системе культуры и ее структура.

Характерные черты науки.

Естествознание – фундаментальная наука.

Структура научного познания.

Основные методы научного исследования.

Динамика развития науки. Принцип соответствия.

Система мира античных философов.



Геоцентрическая и гелиоцентрическая системы строения мира.

Механистическая и электромагнитная картины мира.

Современная естественно-научная картина мира.

Понятие пространства и времени.

Измерение времени.

Пространство и время в специальной теории относительности.

Общая теория относительности о пространстве и времени.

Структурное распределение вещества в мире.

Краткая характеристика микромира.

Краткая характеристика макромира.

Краткая характеристика мегамира.

Четыре вида взаимодействий и их характеристика.

Концепции близкодействия и дальнодействия

Взаимопревращение видов материи. Принцип суперпозиции.

Фундаментальные постоянные мироздания.

Антропный космологический принцип.

Характер движения структур мира.

Элементарные частицы.

Корпускулярно-волновая природа микрообъектов.

Концепция дополнительности.

Вероятностный характер законов микромира.

Концепции неопределенности и причинности.

Электронная оболочка атома.

Свойства, формы и виды материи.

Вещество и его состояния.

Концептуальные уровни в познании веществ.

Состав вещества и химические системы.

Структура веществ и их свойства

Химические процессы.

Методы определения параметров мегамира.

Земля как планета и природное тело.

Состав и строение Солнечной системы.

Солнце, звезды и межзвездная среда.

Галактики.

Детерминизм процессов природы.

Детерминизм в тепловых процессах природы.

Концепции энтропии в естествознании.

Проблемы «тепловой смерти» Вселенной.

Энергия и ее проявления в природе.

Законы сохранения в природе.

Концепции симметрии.

Законы сохранения и принципы симметрии.

Недостатки классической теории.

«Большой Взрыв» и расширяющаяся Вселенная.

Начальная стадия Вселенной.

Космологические модели Вселенной.

Происхождение и эволюция галактик и звезд

Происхождение планет Солнечной системы.

Происхождение и эволюция Земли.

Отличие живого от неживого.

Концепции происхождения жизни на Земле.

Концепции естественного происхождения жизни на Земле.

Классификация живого и их систем.

Доказательства эволюции живого.

Пути и причины эволюции живого.

Эволюционная теория Дарвина.

Современная теория эволюции живого.

Другие концепции эволюции живого

Концепция происхождения и эволюция человека.

Сходство и отличия человека от животных.

Концепция появления человека на Земле. Антропология.

Эволюция культуры человека.

Социобиология.

Методы современного естествознания.

Системный метод исследования.

Кибернетика — наука о сложных системах.

Методы математического моделирования.

Самоорганизация в природе.

Синергетика.

Особенности эволюции неравновесных систем.

Самоорганизация в различных видах эволюции.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Отметка«отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при

этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой (или без подготовки) по усмотрению преподавателя.

Вопросы к зачету утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет студенту по результатам его работы во время аудиторных занятий без опроса или собеседования.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка «*зачтено*» ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании и использовании в течении периода обучения рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата дисциплины, об умении правильно и аргументированно излагать материала.

Оценка «*не зачтено*» ставится обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 18.08.2023	Гунина Галина Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 28.08.2023	Сухоруких Юрий Иванович

Зав. выпускающей кафедрой: Подписано простой ЭП 31.08.2023 Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.15 Основы бережливого производства*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время			
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
3	3		Экология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3	4		Основы бережливого производства

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время					
Знать: основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	рефераты, тестирование, зачет
Уметь: определять круг задач в рамках профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	рефераты, тестирование, зачет
Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Владеть: методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов

1. Алгоритм Тайити Оно

2.Алгоритм Джеймса Вумека

3.Алгоритм Майкла Вейдера

4.Алгоритм Джефри Лайкера

5.Алгоритм Сигэо Синга

6.Алгоритм Денниса Хоббса

7. Бережливое производство: история и современность.

8. Бережливая компания как система: организация и управление.

9. Организация потоков создания ценностей.

10. Организация производственной среды.

11. Стандартизация деятельности.

12. Обслуживание оборудования.

13. Быстрая переналадка оборудования.

14. Встроенное в поток качество.

15. Система логистики «точно во - время».

16. Организация работы офисных подразделений.

17. Совершенствование производства.

18. Развитие производственной системы.

19. Управление совершенствованием компании: современные подходы.

20. Реализация программы совершенствования производства.

21. Особенности работы с персоналом в ходе освоения бережливого производства.

22. Особенности организации работы офисных подразделений.

23. Особенности построения системы бережливого управленческого учета.

Тестовые задания по темам

Тема 1. Основные принципы философии Кайдзен. Концепция Бережливого производства: философия, ценности, принципы, инструменты.

1. Чем система бережливого производства отличается от программы улучшения?

а) Бережливое производство – особый подход к управлению предприятием, позволяющий повышать качество работы через сокращение потерь

б) Бережливое производство – это программа радикальной перестройки всей системы управления

в) Бережливое производство – это способ компоновки различных типов оборудования

2. Что такое «вытягивающее производство»?

а) Процедуры, которые предотвращают появление дефектов в производственных процессах

б) Обработка изделий крупными партиями с максимальной скоростью исходя из прогнозируемого спроса с последующим перемещением изделий на следующую производственную стадию или на склад, независимо от фактического темпа работы следующего процесса

в) Метод управления производством, при котором последующие операции сигнализируют о своих потребностях предыдущим операциям

3. Что такое «гемба»?

а) Офисное здание

б) Производственный цех

в) Любое место, где непосредственно создаётся ценность для потребителя

4. Какие Российские организации внедрили принципы бережливого производства? Возможно несколько вариантов ответа.

а) РЖД

б) Северстальтранс

в) Merlion

г) КамАЗ

5. Можно ли назвать деятельность технички, моющей пол, процессом бережливого производства на рабочем месте?

а) Да, потому что это выполнение принципов бережливого производства – соблюдение

порядка и чистоты рабочего места

б) Нет, потому что деятельность данного сотрудника, в данном случае не имеет отношения к бережливому производству

в) В зависимости от ситуации

г) Нет правильного ответа

6. Что означает «SQDCM»?

а) Безопасность, качество, документация, затраты, модификация производства

б) Безопасность, квалификация, дисциплина поставок, затраты, корпоративная этика

в) Безопасность, качество, дисциплина поставок, затраты, корпоративная культура

г) Стандартизация, квалификация, документация, корпоративная этика

7. Бережливое производство – это:

а) Способ наладки оборудования, при котором происходит его автоматическая остановка при появлении дефектных деталей

б) Система производства, при которой изготавливается нужное потребителю количество деталей в определенный им срок

в) Концепция управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь

г) Полезность продукта с точки зрения потребителя, создаваемая производителем в результате выполнения последовательных действий

8. Ценность продукта или услуги – это:

а) Цена с точки зрения клиента

б) Стоимость с точки зрения производителя

в) Полезность с точки зрения производителя

г) Полезность с точки зрения клиента

9. Способы повышения ценности продукта в бережливом производстве. Возможно несколько вариантов ответа.

а) Поддержания чистоты и порядка на рабочем месте

б) Повышение качества готовой продукции за счет оптимизации производства

в) Уменьшение времени согласования проектов

г) Повышение качества готовой продукции за счет повышения квалификации сотрудников

10. Что такое фабрика процессов?

а) Обучающая лаборатория, имитирующая производственную цепочку предприятия

б) Оптимизированное по системе 5С предприятие

в) Отдельная структурная единица предприятия, оптимизированная по системе 5С

г) Нет правильных вариантов

11. Организация, первая внедрившая принципы бережливого производства

а) KIA

б) Toyota

в) Росатом

г) Ford

12.Установите соответствие между понятием и содержанием понятия:

1. Бережливое производство	а) Любая деятельность, которая, потребляя ресурсы, не создает ценности для клиента
2. Ценность продукта	б) Система производства, при которой изготавливается нужное потребителю количество деталей в определенный им срок
3. Муда	в) Новый тип производства, в котором ценность продукции определяется с точки зрения потребителя
4. Точно вовремя	г) Полезность продукта с точки зрения потребителя, создаваемая производителем в результате выполнения последовательных действий

13. В чем заключается сущность «кайдзен»?

а) Постоянное (ежедневное) постепенное улучшение процессов, которое проводится руководством компании на рабочих местах.

б) Постоянное (ежедневное) постепенное улучшение процессов, которое проводится руководством цеха и лидерами команд на рабочих местах.

в) Постоянное (ежедневное) постепенное улучшение процессов, которое проводится каждым сотрудником предприятия на своем рабочем месте.

14. Укажите основные факторы, влияющие на стабильность процесса производства. Выбрать 4 правильных ответа.

а) Человек

б) Оборудование

в) Объем заказа

г) Время цикла

д) Материал

е) Метод

15. Цель любой деятельности по усовершенствованию – это:

а) Сокращение персонала

б) Снижение гибкости

в) Устранение потерь

16. Неравномерный темп операции на разных стадиях производства, который способствует ожиданию работы, это

а) Муда

б) Мура

в) Мури

г) Нури

17. Что такое «перегрузка оборудования и рабочих»?

а) Муда

б) Мура

в) Мури

г) Нури

18. Что не является целью бережливого производства?

а) Повышение квалификации сотрудников

б) Сокращение сроков создания продукции;

в) Сокращение производственных и складских площадей;

г) Сокращение затрат, в том числе трудовых;

19. Что не относится к принципам бережливого производства?

а) Принцип создание Ценности

б) Принцип непрерывного потока Процесса

в) Принцип устранения потерь

г) Принцип картирования

д) Принцип непрерывного упрощения, совершенствования и обеспечения прозрачности работы всех участников процесса производства

20. Потери в соответствии с концепцией «бережливое производство»:

а) Издержки общения с клиентами

б) Процесс производства продукции

в) Любое действие, которое потребляет ресурсы, но не создает ценности для клиента

г) Время отдыха сотрудников организации.

21. В каких сферах в России, в первую очередь, началось внедрение концепции «бережливое производство»?

а) Производственная сфера

б) Сфера услуг

в) торговля

г) Научные исследования

22. Неравномерность выполнения работы это:

а) Мури

б) Муда

в) Мура

23. Перегрузка рабочих, сотрудников или мощностей при работе с повышенной интенсивностью

а) Мури

б) Муда

в) Мура

24. Неравномерность выполнения операции, прерывистый график работ из-за колебаний спроса

а) Мури

б) Муда

в) Мура

25. Как называется деятельность, при которой потребляются ресурсы, но не создаются ценности для потребителя?

а) Мури

б) Муда

в) Мура

26. Определите понятие «кайдзен»

а) Непрерывное совершенствование деятельности персонала по повышению квалификации

б) Непрерывное улучшение деятельности с целью увеличения ценности для потребителя и уменьшения потерь

в) Непрерывное совершенствование производственной деятельности.

Тема 3. Картирование потоков создания ценности. 7 видов потерь.

1. Что такое время протекания процесса?

а) Общее время изготовления продукта

б) Время с момента заказа клиентом до момента получения готовой продукции

в) Время изготовления продукта (только рабочее время)

2. Какая работа является значимой?

а) Работа, выполняемая оператором за полезное производственное время

б) Работа, которая добавляет ценность продукции

в) Вся необходимая работа, выполняемая оператором в течение рабочей смены

3. Какие операции добавляют ценности конечному продукту?

Выбрать 4 правильных ответа:

а) Транспортировка деталей от склада к сборке;

б) Механическая обработка;

в) Замена инструмента;

г) Пересчет деталей;

д) Окраска;

е) Переналадка оборудования;

ж) Исправление дефектов;

з) Сварка;

и) Распаковка;

к) Контроль качества;

л) Сборка;

м) Хранение на складе.

4. Что включает в себя время цикла на сборочном конвейере?

а) Время на работу, добавляющую ценность изделию.

б) Время на всю работу, которую работник совершает каждый раз, выполняя свою операцию.

в) Всё рабочее время, поделённое на количество сборочных циклов

4. Если время цикла значительно меньше, чем время такта, то:

а) Оператор не успевает делать свою работу

б) Оператор недозагружен

в) Это нормальный режим работы

г) Большие колебания

Что такое поток ценности?

а) Управление информационными потоками от заказа до поставки

б) Преобразование от сырья до готового продукта в руках потребителя

в) Действия, которые требуется совершить, чтобы преобразовать сырье и информацию в готовое изделие и сервис

6. Какой элемент не входит в основные этапы картографии потока ценности?

а) Карта текущего состояния

б) Эффективность использования оборудования

в) Разработка плана мероприятий, в котором указана последовательность изменений потока ценности

г) Постановка целей

7. «Карта потока создания ценности» - это:

а) Взаимосвязь действий по изготовлению изделия.

б) Метод наблюдения, осуществляемый для изучения затрат времени.

в) Достаточно простая и наглядная графическая схема

8. Что такое «время создания ценности»?

а) Время операций или действий, в результате которых продукту или услуге предаются свойства, за которые клиент готов платить

б) Интервал времени, через который производитель может выпускать продукцию

в) Интервал времени, через который потребитель требует замены продукции

9. Что такое поток создания ценности?

а) Движение материалов и информации в процессе их преобразования в продукт или услугу для потребителя

б) Серия отдельных операций (действий), посредством которых создается проект, оформляется заказ или производится продукция

в) Все действия, которые требуются в настоящее время, чтобы преобразовать сырье и информацию в готовое изделие или сервис

10. К чему может привести непродуманная логистика? Возможно несколько вариантов ответа.

а) К временным затратам и, как следствие, простою

б) К временным затратам и, как следствие, браку в производстве

в) Снижение производительности

г) Последствий не следует

11. Что является причиной производства бракованной продукции?

а) Не оптимизированный рабочий график сотрудников

б) Экономия на транспортной службе

в) Не оптимизированные процессы производства

г) Большое количество согласующих лиц



12. Может ли снижение времени производства привести к потерям, а не к оптимизации производства?

а) Нет, это не связано

б) Да, если будут нарушаться технологии производства

в) Да, любое сокращение времени рабочего процесса ведет к потерям

г) Нет, снижение времени производства всегда ведет к оптимизации рабочего процесса

13. Может ли стать причиной потерь стремление доводить результаты своей деятельности до идеала?

а) Нет, любые действия, связанные с улучшением результатов деятельности ведут к оптимизации производства

б) Нет, подобные инициативы сотрудников нужно поддерживать

в) Да, если при этом будет производиться большее количество действий, нежели необходимо для ведения производства

г) Да, поскольку при этом будет слишком большой перерасход ресурсов

14. Какие группы видов потерь правильные? Возможно несколько вариантов ответа.

а) Перепроизводство, излишние запасы, брак, ожидание на производстве

б) Перепроизводство, излишние запасы, массовое увольнение сотрудников

в) Лишние движения, перепроизводство, избыточная обработка

г) Лишние движения, перепроизводство, покупка оборудовании

15. Что относится к причинам, вызывающим снижение производительности? Возможно несколько вариантов ответа.

а) Большой штат сотрудников

б) Снижение скорости производства и плохая логистика

в) Перерасход сырья

г) Непонимание сотрудниками и руководством принципов бережливого производства

16. Примеры ненужной транспортировки. Возможно несколько вариантов ответа.

а) Удаленные склады

б) Неудобное расположение мебели и оргтехники

в) Большое количество согласующих лиц

г) Длинные цепочки согласования документов

17. Что из ниже перечисленного не входит в восемь видов потерь?

а) Перепроизводство

б) Транспортировка

в) Ожидание

г) Избыточные мощности оборудования

18. Что может являться причиной избыточной обработки? Возможно несколько вариантов ответа.

а) Обработка информации «вручную»

б) Разные форматы периодической отчетности

в) Поломка оборудования

г) Неритмичность поставки сырья

19. Ожидание – это время, которое персонал проводит в бездействии. По каким причинам сотрудник может бездействовать? Возможно несколько вариантов ответа.

а) Несбалансированность работы операторов

б) Нерациональная планировка рабочей зоны

в) Непонимание того, что нужно заказчику

г) Низкая квалификация работников

20. Примеры незначимой работы в производстве. Возможно несколько вариантов ответа.

а) Брак

б) Вторичная обработка изделия при производстве

в) Наведение порядка на рабочем месте

г) Поддержание чистоты на рабочем месте

21. Что является примером запаса?

а) Переноска тяжелых предметов вручную

б) Красивая упаковка промышленного товара

в) 7 гаечных ключей одного размера

г) Ожидание наладчика

22. Что такое «Муда»?

а) Создание добавляющей ценности

б) Время на переналадку оборудования

в) Встраивание контроля качества

г) Потери

д) Выравнивание производства

23. Какой вид потерь появляется при задержке изделия на предыдущем этапе обработки, при простое или поломке оборудования?

а) Ожидание

б) Перепроизводство

в) Ненужная транспортировка

г) Лишний этап обработки

24. Что является целью любой деятельности по усовершенствованию?

а) Снижение гибкости

б) Устранение потерь

в) Сокращение персонала

25. Установите соответствие между типами потерь на производстве и способами борьбы с ними.

1. Перепроизводство товаров	а) Внедрение принципов вытягивающего производства
2. Ожидание	б) Применение «андон» при первом обнаружении брака
3. Ненужная транспортировка материалов	в) Стандартизация рабочего места и стандартизации рабочих процессов
4. Ненужные движения	г) Работа на заказ
5. Дефекты продукции	Д) Расположение следующей стадии производства в непосредственной близости к предыдущей

26. Какой вид потерь появляется при задержке изделия на предыдущем этапе обработки, при простое или поломке оборудования?

а) Ненужная транспортировка;

б) Перепроизводство;

в) Ожидание;

г) Лишний этап обработки

Тема 4. Диаграмма Парето. Диаграмма Исикавы. «5 почему?»

1. Инструмент бережливого производства Кривая Парето - это:

а) Замкнутая ломаная фигура, отображающая значения контролируемого показателя

б) Распределение вероятностей возможных результатов проекта

в) Графическое отражение кумулятивной зависимости распределения определённых ресурсов или результатов от большой совокупности (выборки) причин

2. Виды диаграмм Парето:

а) По важным и несущественным дефектам

б) По времени и потребителям

в) По результатам деятельности и по причинам

3. Метод статистического контроля качества - диаграмма Парето позволяет выявить:

а) Наиболее убыточные виды брака или причины несоответствий

б) Первоочередные причины, с которых нужно начинать действовать

в) Величины рассеивания контролируемого параметра

4. Принцип Парето – это:

а)20% усилий дают 80% результата, а остальные 80 % усилий – лишь 20% результата

б) PDCA (Plan-Do-Check-Act: Планируй-Сделай-Проверь-Действуй)

в) За 85% проблем качества отвечает система качества, а за остальные 15% - исполнители

5. Диаграмма Исикавы - это:

а) Динамика, то есть изменения количественной оценки данного экономического явления в течение известных периодов времени

б) Представление причинно-следственных связей между объектом анализа и влияющими на него факторами

в) Рассмотрение производства товаров, услуг и управления как совокупности взаимосвязанных процессов, а каждого процесса - как системы, имеющей вход и выход, своих «поставщиков» и «потребителей».

Тема 5. 5С–система организации рабочего места.

1. Что из нижеперечисленного хорошо подходит для хранения мелких деталей на рабочем месте?

а) Специализированные кейсы, контейнеры

б) Пакеты, полки

в) Подойдет любое свободное пространство

2. Для чего нужно поддерживать порядок на рабочем месте? Возможно несколько вариантов ответа.

а) Чтобы коллеги не осуждали

б) Уменьшить количество простоев работника

в) Быстрый поиск и доступ к инструменту

г) Оптимизации рабочего процесса

3. Без чего невозможно соблюдения порядка на рабочем месте? Возможно несколько вариантов ответа.

а) Организации рабочего процесса

б) Четко оформленного тех. задания

в) Контролирующих органов

г) Организации рабочего места



4. Без чего невозможно соблюдения порядка на рабочем месте? Возможно несколько вариантов ответа.

а) Организации рабочего процесса

б) Четко оформленного тех. задания

в) Контролирующих органов

г) Организации рабочего места

5. Для чего необходима система 5С?

а) Повысить безопасность на рабочем месте

б) Повысить производительность

в) Организовать рабочее место

г) для всего перечисленного

6. На что влияет система 5С?

а). На качество и периодичность уборки рабочих мест

б). На трудоемкость, рабочую последовательность и сложность выполняемой работы

в). На производительность, безопасность и качество.

г). Все вышеперечисленные

7. Что происходит на 5-м этапе внедрения системы 5С

а) Рационализация расположения предметов, находящихся на рабочем месте

б) Совершенствование организации рабочего места, периодическое повторение предыдущих шагов, внедрение кайдзен-предложений

в) Стандартизация организации рабочего места, соблюдение дисциплины

8. Может ли грязь на рабочем месте привести к браку? Возможно несколько вариантов ответа.

а) Нет, брак вызван низкоквалифицированным трудом

б) Да, поскольку грязь на рабочем месте один из признаков низкой организации рабочего места

г) Нет правильных вариантов

9. Что означает система 5С?

а) Система планирования административно-хозяйственной деятельности.

б) Система, которая внедряется после стандартизации рабочих мест.

в) Система, направленная на эффективную организацию рабочих мест.

г) Система, обеспечивающая уборку рабочих мест.

10. Что происходит на 1-м этапе внедрения системы 5С.

а) Уборка рабочего места

б) Оценка нужности предметов на рабочем месте и устранение лишнего, не нужного

в) Стандартизация организации рабочего места, соблюдение дисциплины

11. Если при сортировке выявляется предмет, частоту использования которого определить трудно, то:

а) Его надо ликвидировать

б) Его надо расположить в непосредственной близости от рабочей зоны

в) Его надо убрать на значительное удаление от рабочей зоны

г) Его надо пометить специальным ярлыком и если он не был востребован в течении смены, переместить из рабочей зоны на отведённое для хранения место

12. Какие инструменты и методы используются для организации рабочего пространства?

а) Делегирования полномочий

б) Мотивация

в) Сортировка

г) Дедукция

13. К какой отрасли научных знаний относится система «5С»?

а) Научная организация труда

б) Маркетинговые исследования

в) Психология и педагогика

г) Информационные технологии

14. Система 5С - это...

а) Инструмент бережливого производства

б) Принцип бережливого производства

в) Ценность бережливого производства

15. Какие шаги входят в систему 5С?

а) Сортировка

б) Сопоставление

в) Стандартизация

г) Секвестирование расходов

д) Соблюдение порядка

16. На каком этапе системы 5С осуществляется подача Кайдзен-предложений?

а) Сортировка

б) Стандартизация

в) Совершенствование

г) Соблюдение порядка

17. Для какого этапа системы 5С характерна кампания «красных ярлычков»?

а) Стандартизация

б) Сортировка

в) Содержание в чистоте

г) Соблюдение порядка

18. На каком этапе системы 5С соблюдается правило «30 секунд»?

а) Стандартизация

б) Сортировка

в) Содержание в чистоте

г) Соблюдение порядка

д) Совершенствование

19. Система «5С» не включает в себя:

а) Стандартизацию

б) Совершенствование

в) Документирование процессов

г) Сортировку

20. Определите порядок использования системы «5С» для организации рабочего пространства:

а) Стандартизация

б) Совершенствование

в) Содержание в чистоте

г) Сортировка

д) Соблюдение порядка и рациональное расположение

Тема 6. Стандартизированная работа

1. Как можно определить понятие «время такта»?

а) Интервал времени или периодичность, с которой потребитель запрашивает готовую



продукцию

б) Интервал времени, через который производитель может выпускать продукцию

в) Интервал времени, через который потребитель требует замены продукции

2. Какое время принимается вместо многоточия в формуле расчёта времени такта?

Т такта = ……/ дневную потребность

а) Чистое рабочее время за день

б) Общее рабочее время в смене без обеденного перерыва

в) Общее рабочее время в смене с регламентированными перерывами

3. Что такое визуальный контроль?

а) Оценка качества изготовления продукции методом осмотра или тактильным способом

б) Оценка способа изготовления продукции

в) Оценка времени изготовления продукции методом осмотра

4. Что такое «стандартизация» в бережливом производстве?

а) Составление должностных инструкций для каждого сотрудника

б) Упорядочение процесса производства посредством увеличения контроля деятельности работников

в) Составление бизнес-плана производства

г) Упорядочение в определенной сфере, посредством установления регламентов и положений, определяющих способы многократных решений реальных проблем и задач

5. Что необходимо знать работнику о стандарте качества?

а) То, что стандарт качества находится на доске рабочей зоны

б) Стандартом качества пользуются контролеры качества

а) Ключевые моменты выполнения операции, предупреждающие возникновение отклонений от установленных стандартов

6. Основной целью стандартизации работы является:

а) Повышение эффективности за счет минимизации потерь в каждой

операции

б) Сокращение численности персонала

в) Нормирование труда

7. Что такое «Стандартные Операционные Карты»?

а) Документы, содержащие экономическую информацию о деятельности предприятия

б) Документы, описывающие шаги (элементы) в процедуре, которым необходимо следовать

в) Документы, описывающие шаги анализа хозяйственной деятельности

8. Стандарт – это:

а) Документ, устанавливающий распределение обязанностей между сотрудниками предприятия или организации

б) Документ, в котором устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления процессов (производства, хранения, перевозки, оказания различных услуг и т.п.)

в) Документ, регламентирующий отношения между заказчиком и исполнителем

9. Стандартный рабочий запас – это:

а) Максимальное количество продукции, необходимое для обеспечения бесперебойной работы процесса (расходные материалы, запасные части, информация, и т.д.)

б) Минимальное количество незавершённой продукции перед каждой операцией (этапом процесса), необходимое для поддержания ровного течения потока)

в) Набор технических нормативов и требований к выполнению процессов

10. Каким должен быть стандарт? Выберите 3 варианта ответов.

а) Визуально понятным

б) Постоянным и неизменным

в) Должен устанавливаться руководством

г) Проверенным и одобренным рабочими и их руководителями

д) Удовлетворяющим требованиям безопасности и качества

е) Позволяющим работнику каждый раз выполнять операцию по-разному

Тест к зачету

1. Что такое бережливое производство?

а) делегирования полномочий;

б) систематизация принципов и методов производства;

в)концепция управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь;

г)система непрерывного совершенствования процессов для обеспечения конкурентного преимущества на мировом уровне.

2.Чем система бережливого производства отличается от программы улучшения?

а) Бережливое производство- это программа улучшения деятельности предприятия.

б) Бережливое производство – это программа радикальной перестройки всей системы управления.

в) Бережливое производство-это способ компоновки различных типов оборудования.

3.Потери, в соответствие с концепцией, «бережливое производство» – это…

а) издержки общения с клиентами;

б) процесс производства продукции;

в) любое действие, которое потребляет ресурсы, но не создает ценности для клиента;

г) время отдыха сотрудников организации.

4.В каких сферах в России, в первую очередь, началось внедрение концепции «бережливое производство»:

а) производственная сфера;

б) сфера услуг;

в) торговля;

г) научные исследования.

5. К инструментам бережливого производства относят:

а) картирование процессов;

б) маркетинговые исследования;

в) информирование клиентов;

г) компьютерная техника.

6. Что такое «Стандартные Операционные Карты»?

а) Это документы, содержащие экономическую информацию о деятельности предприятия.

б) Это документы, описывающие шаги (элементы) в процедуре, которым необходимо следовать.

в) Это документы, описывающие шаги анализа хозяйственной деятельности.

7. Дайте определение понятию «ценность».

а) Ценность – совокупность свойств продукта, имеющих стоимость.

б) Ценность – совокупность свойств продукта, которые указаны в прайс-листе компании.

в) Ценность – совокупность свойств продукта или услуги, за которые потребитель готов заплатить поставщику.

8. Как называется в системе бережливого производства «защита от ошибок»?

а) Пока-ёкэ.

б) Кайзен.

в) Обея.

9. Как называется деятельность, при которой потребляются ресурсы, но не создает ценности

для потребителя?

а) Мури.

б) Муда.

в) Мура.

10. Что такое визуальный контроль?

а) Визуальный контроль – оценка качества изготовления продукции методом осмотра или тактильным способом.

б) Визуальный контроль – оценка способа изготовления продукции.

в) Визуальный контроль – оценка времени изготовления продукции методом осмотра.

11. Как можно определить время такта?

а) Это интервал времени, через который потребитель требует заказанную продукцию от поставщика.

б) Это интервал времени, через который производитель может выпускать продукцию.

в) Это интервал времени, через который потребитель требует замены продукции.

12. Определите понятие «Кайдзен».

а) Непрерывное совершенствование деятельности персонала по повышению квалификации

б) Непрерывное совершенствование деятельности с вовлечением всего персонала в постоянную работу по сокращению потерь

в) Непрерывное совершенствование производственной деятельности.

13. Какие инструменты и методы используются для организации рабочего пространства?

а) делегирования полномочий;

б) мотивация;

в) сортировка;

г) дедукция.

14. К какой отрасли научных знаний относится система «5С»?

а) научная организация труда;

б) маркетинговые исследования;

в) психология и педагогика;

г) информационные технологии.

15. Система «5С» не включает в себя:

а) стандартизацию;

б) совершенствование;

в) документирование процессов;

г) сортировку.

16. Определите порядок использования системы «5С» для организации рабочего пространства:

а) стандартизация;

б) совершенствование;

в) содержание в чистоте;

г) сортировка;

д) соблюдение порядка и рациональное расположение.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:	

«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; невыдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является»,

«относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 28.07.2023	Карамушко Галина Владимировна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 21.08.2023	Задорожная Людмила Ивановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.16.01 Безопасность жизнедеятельности*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-8.1 Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	3		Экология
45	45		Безопасность жизнедеятельности, основы военной подготовки
4	4		Безопасность жизнедеятельности
УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций различного происхождения.			
3	3		Экология
45	45		Безопасность жизнедеятельности, основы военной подготовки
4	4		Безопасность жизнедеятельности
5	5		Основы военной подготовки
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография
УК-8.3 Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) и военных конфликтов.			
3	3		Экология
45	45		Безопасность жизнедеятельности, основы военной подготовки
4	4		Безопасность жизнедеятельности
5	5		Основы военной подготовки
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов					
УК-8.1 Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах					
Знать: принципы, методы и средства обеспечения безопасных и/или комфортных условий жизнедеятельности в техносфере.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: средствами и методами обеспечения безопасных и комфортных условий жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов					
УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций различного происхождения.					
Знать: методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их последствий; методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: идентифицировать опасности различного происхождения; выявлять и устранять проблемы связанные с нарушениями техники безопасности на	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
рабочем месте; оценивать возможные риски от чрезвычайных ситуаций различного происхождения					
Владеть: навыками организации мероприятий по охране труда и технике безопасности на рабочем месте; навыками оказания первой помощи и защиты производственного персонала от возможных последствий чрезвычайных ситуаций	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов					
УК-8.3 Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) и военных конфликтов.					
Знать: правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, а также военных конфликтов; способы оповещения населения об опасности в случае возникновения чрезвычайных ситуаций различного происхождения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: выполнять действия по защите населения от возможных последствий чрезвычайных ситуаций различного происхождения; пользоваться средствами индивидуальной и коллективной защиты.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: практическими навыками по предотвращению возникновения и ликвидации последствий	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
чрезвычайных ситуаций, и военных конфликтов.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов

1. Критерии безопасности техносферы.

2. Физиологические основы нормирования опасных и вредных факторов.

3. Требования безопасности и экологичности к техническим системам и технологическим процессам.

4. Проблемы национальной, региональной и глобальной безопасности.

5. Современная техносфера, её характеристика и причины формирования.

6. Характеристика воздействия физических, химических, биологических и психофизиологических факторов на организм и степень их риска для здоровья человека.

7. Адаптация человека к экстремальным условиям среды.

8. Эволюция среды обитания.

9. Вибрация как фактор техносферы. Действие вибрации на организм человека.

10. Шум как фактор техносферы. Воздействие шума на здоровье человека.

11. Электроопасность как фактор техносферы.

12. Воздействие электромагнитных полей на организм человека.

13. Вредные вещества, классификация, пути поступления в организм человека.

14. Воздействие ионизирующих излучений на человека и среду обитания.

15. Пожароопасность как фактор производственной среды.

16. Защита человека от механического травмирования.

17. Защита населения и территории в чрезвычайных ситуациях.

18. Международное сотрудничество при ЧС.

19. Химическое оружие, его классификация и токсикологические характеристики.

20. Ядерное оружие и его поражающие факторы.

21. Общие понятия и характеристика бактериологического оружия.

22. Иммунитет и восприимчивость организма человека к инфекционным болезням.

23. Экономические последствия и материальные затраты на обеспечение безопасности жизнедеятельности.

24. Характеристика состояния нормирования опасных и вредных факторов.

25. Допустимое воздействие вредных факторов на человека и среду обитания.

26. Основы адаптации, компенсаторные возможности человека.

27. Обеспечение безопасности при работе с компьютером.

28. Безопасность работы оборудования под давлением выше атмосферного.

29. Особенности современного терроризма в России. Государственная стратегия противодействия терроризму в РФ.

30. Характеристика социальных опасностей.

31. Укрытие населения в защитных сооружениях и порядок его осуществления.

32. Правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности.

Вопросы к зачету по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности»

1. Предмет, цель, задачи науки о безопасности жизнедеятельности.

2. Понятие безопасности. Системы безопасности. Принципы, методы и средства обеспечения безопасности деятельности.

3. Человек и среда обитания. Эволюция среды обитания. Естественные системы защиты человека. Основы адаптации, компенсаторные возможности человека. Толерантность.

4. Опасности технических систем. Понятие об опасности и ее видах. Источники формирования опасностей.

5. Понятия риска для здоровья и экологического риска. Классификация источников опасности и уровней риска смерти человека в промышленно развитых странах.

6. Основы физиологии труда. Формы трудовой деятельности человека. Работоспособность человека и ее динамика.

7. Человеческий фактор в обеспечении производственной безопасности. Психологические причины создания опасных ситуаций и производственных травм. Профилактические мероприятия по предупреждению возникновения опасных ситуаций. Стимулирование безопасности деятельности.

8. Надежность работы человека при взаимодействии с техническими системами. Контроль психофизического состояния операторов технических систем. Профессиональный отбор операторов технических систем.

9. Объективные факторы производственной обстановки, создающие опасные действия и предопределяющие возникновение опасных ситуаций.

10. Производственная среда как источник формирования опасностей. Система «человек-машина-среда». Элементы производственной среды. Условия труда. Классификация условий трудовой деятельности. Тяжесть и напряженность труда.

11. Комфортные условия жизнедеятельности в техносфере. Комфортность условий жизнедеятельности: основные понятия, требования и критерии.

12. Гигиеническое нормирование параметров микроклимата производственных и непроизводственных помещений.

13. Вентиляция. Естественная вентиляция. Механическая вентиляция. Кондиционирование.

14. Освещение. Системы и виды освещения. Требование к системам освещения. Естественное освещение. Заболевания и травматизм при несоблюдении к освещению. Контроль освещения.

15. Современная техносфера, её характеристика и причины формирования. Источники негативных факторов бытовой и производственной сферы.

16. Методы и средства защиты от опасностей технических систем и технологических процессов.

17. Характеристика воздействия физических, химических, биологических и психофизиологических факторов на организм и степень их риска для здоровья человека.

18. Вибрация как фактор техносферы. Действие вибрации на организм человека. Средства и методы защиты от вибрации.

19. Шум как фактор техносферы. Воздействие шума на здоровье человека. Средства и методы защиты от шума.

20. Электроопасность как фактор техносферы. Электротравма, электрошок действие электрического тока на организм человека. Защита от опасности поражения электрическим током. Помощь при электротравме.

21. Электромагнитные излучения как фактор техносферы. Воздействие электромагнитных полей на организм человека. Предупреждение их вредного воздействия. Средства защиты от электромагнитных излучений.

22. Вредные вещества, классификация, пути поступления в организм человека. Сильнодействующие ядовитые вещества (СДЯВ), их свойства и причины поражения ими.

23. Ионизирующее излучение как фактор техносферы. Влияние ионизирующего излучения на организм человека. Обеспечение безопасности при работе с ионизирующими излучениями.

24. Пожароопасность как фактор производственной среды. Общие сведения о процессах горения, детонации и взрыва. Классификация пожаров. Принципы прекращения горения. Огнетушащие вещества. Действия при пожаре. Способы тушения пожаров. Пожароопасные объекты. Предупреждение пожаров, помощь пострадавшим.

25. Защита человека от механического травмирования. Оградительные устройства. Предохранительные устройства. Тормозные устройства. Устройства автоматического контроля и сигнализации. Устройства дистанционного управления. Знаки безопасности.

26. Чрезвычайная ситуация, определение, причины возникновения. Критерии чрезвычайных ситуаций и их классификация. Основные принципы и способы обеспечения безопасности населения в чрезвычайных ситуациях. Прогнозирование чрезвычайных ситуаций. Ликвидация последствий и защита населения и территории в чрезвычайных ситуациях.

27. Чрезвычайные ситуации мирного времени техногенного характера. Техногенные аварии. Причины и стадии техногенных катастроф. Международное сотрудничество при ЧС.

28. Чрезвычайные ситуации мирного времени природного характера. Стихийные явления и бедствия, их, виды и характеристика. Основные повреждающие факторы при



стихийных бедствиях, защита от них и доврачебная помощь.

29. Чрезвычайные ситуации военного времени. Современные средства вооруженной борьбы. Ядерное оружие, основные повреждающие факторы и защита от них.

30. Химическое оружие, его классификация и токсикологические характеристики. Мероприятия по защите от боевых отравляющих веществ.

31. Общие понятия и характеристика бактериологического оружия. Признаки применения бактериологического оружия. Медицинские средства защиты населения от бактериологического оружия.

32. Средства индивидуальной защиты, их назначение и классификация.

33. Управление безопасностью жизнедеятельности. Правовые и нормативно-технические основы управления. Правовые и организационные основы охраны труда.

34. Первая помощь при отравлениях, тепловом и солнечном ударе.

35. Первая помощь при массовых поражениях.

36. Терминальные состояния, клиническая и биологическая смерть.

37. Первая помощь при кровотечениях.

38. Первая помощь при утоплении.

39. Первая помощь при поражении электрическим током.

Тестовые задания

1. Условия, которые сами по себе не являются непосредственными источниками появления нежелательных результатов, но увеличивают вероятность их возникновения:

а) факторы риска;

б)немотивированный риск;

в)факторы престижа;

г) мотивированный риск.



2. Совокупность социально-экономических условий, технико-организационных и природных факторов производства, влияющих на здоровье и работоспособность человека, его отношение к труду, степень удовлетворенности им, на эффективность производства, уровень жизни и развитие личности:

а) абиотические факторы;

б)условия труда;

в)антропогенные факторы;

г) биотические факторы.

3. Условия труда, обеспечивающие оптимальную динамику работоспособности человека и сохранение его здоровья:

а) относительно дискомфортные;

б)комфортные;

в)экстремальные;

г) сверхэкстремальные.

4. Замкнутые пространства производственной среды, в которых постоянно (по сменам) или периодически (в течение рабочего дня) осуществляется трудовая деятельность людей, связанная с участием в различных видах производства, в организации, контроле и управлении производством:

а) производственная среда;

б)социальная среда;

в)рабочее место;

г) производственные помещения.

5. Пространство высотой до 2 метров над уровнем пола или площадки, на которых находятся места постоянного или временного пребывания работающих:

а) рабочая зона;

б)рабочее место;

в)среда обитания;

г) ареал.

6. Часть рабочей зоны, представляющая собой место постоянного или временного пребывания работающих в процессе трудовой деятельности:

а) рабочая зона;

б)рабочее место;

в)среда обитания;

г) ареал.

7. Беспорядочное сочетание звуков различной частоты и интенсивности (силы), возникающих при механических колебаниях в твердых, жидких и газообразных средах:

а) вибрация;

б)шум;

в)ионизирующее излучение;

г) электромагнитное излучение.

8. Комплекс взаимосвязанных устройств и процессов для создания требуемого воздухообмена в производственных помещениях:

а) газоанализатор;

б)вентиляция;

в)вибрация;

г) освещение.

9. Количественная характеристика физического труда:

а) тяжесть труда;

б)качество жизни;

в)мышечная активность;

г) качество среды.

10. Деятельность, объединяющая все работы, связанные с приемом и переработкой информации, требующие преимущественного напряжения внимания, сенсорного аппарата, памяти, а также активации процессов мышления:

а) умственный труд;

б)физический труд;

в)механизированные формы физического труда;

г) отдых.

11. Способность человека к работе, которая проявляется в поддержании заданного уровня деятельности в течение определенного времени:

а) работоспособность человека;

б)внимание;

в)восприятие;

г) воспроизведение.

12. Психологическая причина создания опасных ситуаций и производственных травм, проявляющаяся в невыполнении правил вследствие несоответствия психических и физических возможностей человека требованиям работы:

а) нарушение исполнительной части действий;

б)нарушение мотивационной части действий;

в)нарушение ориентировочной части действий;

г) нарушение соотношения между основными и второстепенными действиями.

13. Психологическая причина создания опасных ситуаций и производственных травм,

проявляющаяся в относительно постоянном или временном нежелании выполнять определенные действия:

а) нарушение мотивационной части действий;

б)нарушение ориентировочной части действий;

в)нарушение соотношения между основными и второстепенными действиями.

г) нарушение исполнительной части действий;

14. Психологическая причина создания опасных ситуаций и производственных травм, проявляющаяся в незнании правил эксплуатации технических систем и норм безопасности труда и способов их выполнения:

а) нарушение ориентировочной части действий;

б)нарушение соотношения между основными и второстепенными действиями.

в)нарушение исполнительной части действий;

г) нарушение мотивационной части действий.

15. Фаза поведения человека в аварийных ситуациях, характеризующаяся снижением внимания человека к главным в данной ситуации задачам при столкновении с трудностями:

а) нарушение ориентировочной части действий;

б)нарушение соотношения между основными и второстепенными действиями.

в)нарушение исполнительной части действий;

г) нарушение мотивационной части действий;

16. Специально организуемое исследование, основанное на четких качественных и количественных оценках с помощью ранжированных шкал, позволяющих не только выявить, но и измерить присущие человеку свойства с тем, чтобы сопоставить их с нормативами, определяющими пригодность к данной профессии:

а) профотбор;

б)медосмотр;

в)диспансеризация;

г) инструктаж.

17. Заболевание, возникшее после многократного и длительного воздействия вредных производственных факторов:

а) хроническое профессиональное заболевание;

б)острое профессиональное заболевание;

в)эндемическое заболевание;

г) природно-очаговое заболевание;

18. Уровень образования, опыта и подготовки исполнителя работ определяет:

а) профессиональную готовность;

б) профессиональную пригодность;

в) профессиональную адаптацию;

г) производственную безопасность.

19. Степень соответствия индивидуальных психофизиологических качеств данного человека конкретному виду деятельности определяет:

а) профессиональную готовность;

б) профессиональную пригодность;

в) профессиональную адаптацию;

г) производственную безопасность.

20. Распознавание опасностей, установление причин их возникновения, пространственных и временных характеристик опасностей, вероятности, величины и последствий их проявления:

а) идентификация опасностей;

б) защита от опасностей;

в) организация охраны труда;

г) управление охраной труда.

21. Опасности, которые возникают в результате ошибочных или несанкционированных действий человека или группы людей:

а) антропогенные;

б) естественные;

в) техногенные;

г) абиотические.

22. Опасность, связанная с конкретной угрозой воздействия на человека, она координирована в пространстве и во времени:

а) реализованная опасность;

б) потенциальная опасность;

в) реальная опасность;

г) производственная безопасность.

23. Опасность, представляющая угрозу общего характера, не связанную с пространством и временем воздействия:

а) реализованная опасность;

б) потенциальная опасность;

в) реальная опасность;

г) производственная опасность.

24. Производственная вибрация по способу передачи делится на:

а) общую;

б) локальную;

в) постоянную;

г) узкополосную.

25. Метод снижения вибрации путем уменьшения передачи колебаний от источника возбуждения защищаемому объекту при помощи устройств, помещаемых между ними:

а) виброизоляция;

б) виброгашение;

в) электроизоляция;

г) вибродемпфирование.

26. Метод снижения вибрации путем установки агрегатов на массивный фундамент:

а) виброгашение;

б) вибродемпфирование;

в) шумоизоляция;

г) виброизоляция.

27. Химический процесс, в основе которого лежит реакция окисления горючих веществ, т.е. соединения их с кислородом воздуха или другими окислителями:

а) воспламенение;

б) детонация;

в) горение;

г) взрыв.

28. Горение со скоростью распространения пламени до нескольких сотен метров в

секунду:

а) взрывное;

б) гетерогенное;

в) гомогенное;

г) детонационное.

29. Горение, при котором пламя распространяется со скоростью до нескольких десятков метров в секунду:

а) гомогенное;

б) детонационное;

в) дефлаграционное;

г) холоднопламенное.

30. Горение, характеризующееся распространением пламени со скоростью до нескольких тысяч метров в секунду:

а) однородное;

б) детонационное;

в) нормальное;

г) холоднопламенное.

31. Способность строительной конструкции сопротивляться воздействию высокой температуры в условиях пожара и выполнять при этом свои обычные эксплуатационные функции:

а) огнестойкость;

б) горючесть;

в) легкоплавкость;

г) тугоплавкость.

32. Разделительные зоны для ограничения распространения пожара в здании:

а) внутренние пожарные краны;

б) дренчерные установки;

в) спринклерные установки;

г) противопожарные зоны.

33. Преднамеренное электрическое соединение с землей металлических нетоковедущих частей электроустановок, которые могут оказаться под напряжением:

а) заземляющее выносное устройство;

б) заземляющее контурное устройство;

в) защитное заземление;

г) зануление.

34. Пятна серого или бледно-желтого цвета на поверхности кожи человека, образующиеся в месте контакта с проводником тока, как правило, круглой или овальной формы, размером 1-5 мм:

а) электрические знаки;

б) металлизация кожи;

в) электрический шок;

г) электроофтальмия.

35. Электрический ожог, который, как правило, возникает при относительно невысоких напряжениях электрической сети, связан с прохождением тока через тело человека и является следствием преобразования электрической энергии в тепловую:

а) дуговой ожог;

б) электрический удар;

в) электрический шок;

г) токовый ожог.

36. Напряжение, которое возникает, когда человек находится в зоне растекания электрического тока на основании (земле):

а) напряжение шага;

б) электромагнитная волна;

в) электростатическое поле;

г) напряжение прикосновения.

37. Специально разработанные инженерные сооружения, предназначаемые для защиты от воздействия различных физических, химических и биологически опасных и вредных факторов, вызванных чрезвычайной ситуацией:

а) защитные сооружения;

б) рабочее место;

в) производственная среда;

г) рабочая зона.

38. Инструктаж, проводимый со всеми рабочими и служащими независимо от профессии до приема на работу, а также с командированными и учащимися, прибывшими на практику:

а) вводный инструктаж;

б)первичный инструктаж;

в)внеплановый инструктаж;

г) срочный инструктаж.

39. Окружающая человека среда, обусловленная совокупностью факторов, способных оказывать прямое или косвенное, немедленное или отдаленное воздействие на деятельность человека, его здоровье и потомство:

а) социальная среда;

б)техногенная среда;

в)природная среда;

г) среда обитания.

40. Инструктаж, проводимый непосредственно руководителем работ на рабочем месте перед допуском к работе и сопровождающийся показом безопасных приемов работ:

а) первичный инструктаж;

б)вводный инструктаж;

в)внеплановый инструктаж;

г) срочный инструктаж.

41. Катастрофическое природное явление, которое может вызвать многочисленные человеческие жертвы, значительный материальный ущерб и другие тяжелые последствия:

а) стихийное бедствие;

б)производственная авария;

в)транспортная катастрофа;

г) эпидемия.

42. Степень защищенности территориального комплекса, экосистемы, человека от возможного экологического поражения, определяемая величиной экологического риска:

а) экологическая безопасность;

б)мотивированный риск;

в)немотивированный риск;

г) опасность.

43. Организация работы по обеспечению безопасности, снижению травматизма и аварийности, профессиональных заболеваний, улучшению условий труда на основе решения комплекса задач по созданию безопасных и безвредных условий труда, лечебно-профилактическому и санитарно-бытовому обслуживанию работающих:

а) управление безопасностью труда;

б) техника безопасности;

в) гигиена труда;

г) производственная санитария.

44. К какому метеоопасному явлению относится торнадо:

а) ураган;

б) циклон;

в) смерч;

г) циклон или ураган.

45. Внешне неожиданная, внезапно возникшая обстановка, характеризующаяся неопределенностью, стрессовым состоянием населения, значительным социально-экологическим и экономическим ущербом, прежде всего человеческими жертвами:

а) авария;

б)природное явление;

в)чрезвычайная ситуация;

г) материальный ущерб.

46. Инструктаж, который проводят для работников, оформляющих наряд-допуск на определенные виды работ:

а) текущий инструктаж;

б)вводный инструктаж;

в)внеплановый инструктаж;

г) плановый инструктаж.

47. Заболевание, вызванное воздействием вредных условий труда:

а) профессиональное заболевание;

б)эндемическое заболевание;

в)инфекционное заболевание;

г) биогеохимические эндемии.

48. Гравитационные волны очень большой длины и высоты, возникающие на поверхности морей и океанов:

а) землетрясение;

б)вулканы;

в)ураганы;

г) цунами.

49. Инструктаж, который проводят на рабочем месте в случае изменения правил по охране труда, технологического процесса, нарушения работниками правил техники безопасности, при несчастном случае, при перерывах в работе:

а) внеплановый инструктаж;

б)вводный инструктаж;

в)текущий инструктаж;

г) плановый инструктаж.

Условия ситуационных задач

Ситуационная задача №1

На твоих глазах грузовой машиной сбит пешеход. Он без сознания лежит на спине. Его лицо в крови, правая нога неестественно подвернута, и вокруг нее растекается лужа крови. Дыхание шумное, с характерным сипом на вдохе.

Выбери правильные ответы и расположи их в порядке очередности выполнения:

1. Наложить импровизированную шину на правую ногу.

2. Вытереть лицо от крови и подложить под голову подушку. Вызвать «Скорую помощь».

3. Повернуть пострадавшего на живот.

4. Очистить ротовую полость от слизи и крови.

5. Убедиться в наличии пульса на сонной артерии.

6. Наложить стерильную повязку на кровоточащую рану.

7. Оттащить пострадавшего с проезжей части на безопасное место.

8. Вызвать «Скорую помощь».

9. Оставить пострадавшего на месте и ждать прибытия машины «Скорой помощи».

10. Наложить кровоостанавливающие жгуты.

Ситуационная задача №2

На автобусной остановке стоящий рядом мужчина побледнел и упал. Он - без сознания, кожные покровы бледные, с сероватым оттенком; зрачки широкие, на свет не реагируют.

Выбери правильные ответы и расположи их в порядке очередности выполнения:

1. Вызвать «Скорую помощь».

2. Убедиться в отсутствии пульса на сонной артерии и реакции зрачков на свет.

3. Позвать окружающий на помощь.

4. Определить признаки дыхания с помощью ворсинок ваты или зеркальца.

5. Нанести прекардиальный удар и приступить к сердечно-легочной реанимации.

6. Попытаться добиться от мужчины, на что он все-таки жалуется.

7. Подробно расспросить окружающих, что предшествовало потере сознания.

8. Повернуть пострадавшего на живот.

9. Приложить к голове холод (целлофановый пакет со снегом или холодной водой).

10. Поднести к носу ватку с нашатырным спиртом.

Ситуационная задача №3

Пятилетнего ребенка извлекли из проруби без признаков жизни. Время пребывания подо льдом около 10 минут. Температура воздуха -25С. В 300 метрах от места происшествия видна теплая избушка.

Выбери правильные ответы и расположи их в порядке очередности выполнения:

1. Накрыть пострадавшего ребенка простыней, вызвать милицию и «Скорую помощь».

2. Как можно скорее на безопасном расстоянии от края проруби освободить грудную клетку от одежды и приступить к реанимации.

3. Немедленно приступить к реанимации, не теряя времени на освобождение грудной клетки.

4. Быстро доставить ребенка в избушку, растереть любым спиртовым раствором.

5. При появлении признаков жизни доставить ребенка в избушку.

6. Повернуть ребенка на живот, вызвать рвотный рефлекс, надавив на корень языка.

7. Надавить на корень языка, вызвать рвотный рефлекс, промыть желудок теплой водой.

8. Очистить ротовую полость, промыть желудок и предложить горячий сладкий чай.

9. Дать обезболивающее (2-3 таблетки анальгина).

10. Наложить жгуты на конечности, отнести в избушку, вызвать «Скорую помощь».

11. Смазать тело ребенка вазелином и сделать массаж.

12. Приложить к голове и стопам теплую грелку.

13. Снять с ребенка холодную мокрую одежду.

14. Растереть сухим полотенцем или тканью.

15. Вызвать «Скорую помощь».

Ситуационная задача №4

Во время ремонта телевизора произошел сильный разряд электрического тока. Мастер потерял сознание и упал возле стола. Его рука продолжает крепко сжимать пучок проводов с деталями. Лицо искажено судорогой.

Выбери правильные ответы и расположи их в порядке очередности выполнения:

1. Вызвать «Скорую помощь».

2. Позвать кого-нибудь на помощь.

3. Как можно скорее нанести прекардиальный удар и приступить к непрямому массажу сердца.

4. Перебить провода ножом или топором одним ударом.

5. Перерезать каждый провод по отдельности на разных уровнях.

6. Подложить под голову подушку.

7. Убедиться в наличии пульса на сонной артерии и повернуть пострадавшего на живот.

8. Убедиться в наличии пульса на сонной артерии, ударить пострадавшего по грудине и приступить к непрямому массажу сердца. Если нет реакции, приступить к искусственной вентиляции легких.

9. Убедиться в отсутствии пульса на сонной артерии и после прекардиального удара начать сердечно-легочную реанимацию.

10. Убедиться в отсутствии пульса на сонной артерии и повернуть пострадавшего на

бок.

Ситуационная задача №5

После удара молнии в одиноко стоящее дерево один из укрывавшихся под ним от дождя путников замертво упал. У пораженного молнией левая рука черная, обожженная по локоть; зрачки широкие, не реагирующие на свет; пульса на сонной артерии нет.

Выбери правильные ответы и расположи их в порядке очередности выполнения:

1. Закопать пораженного молнией в землю.

2. Нанести прекардиальный удар и приступить к сердечно-легочной реанимации.

3. Накрыть обожженную поверхность чистой тканью.

4. Поручить кому-нибудь вызвать «Скорую помощь».

5. Повернуть пострадавшего на живот и ждать прибытия врачей.

6. Убедиться в отсутствии реакции зрачков на свет и пульса на сонной артерии.

7. Поднести ко рту зеркальце, ватку или перышко и по запотеванию стекла и движению ворсинок определить наличие дыхания.

8. Положить холод на голову.

9. Положить холод на место ожога.

Поднести к носу ватку с нашатырным спиртом.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание



проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете



«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 14.09.2023	Сиюхова Белла Батмизовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 14.09.2023	Сиюхов Хазрет Русланович
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 15.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.16.02 Основы военной подготовки*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций различного происхождения.			
3	3		Экология
45	45		Безопасность жизнедеятельности, основы военной подготовки
4	4		Безопасность жизнедеятельности
5	5		Основы военной подготовки
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография
УК-8.3 Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) и военных конфликтов.			
3	3		Экология
45	45		Безопасность жизнедеятельности, основы военной подготовки
4	4		Безопасность жизнедеятельности
5	5		Основы военной подготовки
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	**удовлетворительно**	**хорошо**	**отлично**	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов					
УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций различного происхождения.					
Знать: методы прогнозирования чрезвычайных	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные	Сформированные систематические знания	тестовое задание, практическая

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ситуаций и разработки моделей их последствий; методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях.			пробелы знания		работа, устный опрос, решение ситуационных задач
Уметь: идентифицировать опасности различного происхождения; выявлять и устранять проблемы связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; оценивать возможные риски от чрезвычайных ситуаций различного происхождения	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками организации мероприятий по охране труда и технике безопасности на рабочем месте; навыками оказания первой помощи и защиты производственного персонала от возможных последствий чрезвычайных ситуаций	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов					
УК-8.3 Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) и военных конфликтов.					
Знать: правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, а также военных конфликтов; способы оповещения населения об опасности в случае	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестовое задание, практическая работа, устный опрос, решение ситуационных задач

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
возникновения чрезвычайных ситуаций различного происхождения.					
Уметь: выполнять действия по защите населения от возможных последствий чрезвычайных ситуаций различного происхождения; пользоваться средствами индивидуальной и коллективной защиты.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: практическими навыками по предотвращению возникновения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций, и военных конфликтов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов

1. Химическое оружие, его классификация и токсикологические характеристики.

2. Ядерное оружие и его поражающие факторы.

3. Общие понятия и характеристика бактериологического оружия.

4. Иммунитет и восприимчивость организма человека к инфекционным болезням.

5. Экономические последствия и материальные затраты на обеспечение безопасности жизнедеятельности.

6. Характеристика состояния нормирования опасных и вредных факторов.

7. Допустимое воздействие вредных факторов на человека и среду обитания.

8. Основы адаптации, компенсаторные возможности человека.

9. Обеспечение безопасности при работе с компьютером.

10. Безопасность работы оборудования под давлением выше атмосферного.

11. Особенности современного терроризма в России. Государственная стратегия противодействия терроризму в РФ.

12. Характеристика социальных опасностей.

13. Укрытие населения в защитных сооружениях и порядок его осуществления.

Вопросы к зачету по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности»

1. Гражданская оборона и ее роль в защите населения.

2. Защитные сооружения гражданской обороны. Их предназначение.

3. Средства индивидуальной защиты населения.

4. Неотложная помощь при заболеваниях сердечно-сосудистой системы (стенокардия, инфаркт миокарда, гипертонический криз).

5. Неотложная помощь при острой сосудистой недостаточности (обморок, коллапс, шок).

6. Характеристика кровотечений. Способы остановки кровотечений.

7. Понятие о ранах. Неотложная помощь при ранах.

8. Первая помощь при закрытых повреждениях.

9. Переломы костей. Неотложная помощь.

10. Электротравмы. Оказание первой помощи утопающему. Правила проведения простейших реанимационных мероприятий.

11. Понятие о термических ожогах и оказание неотложной помощи.

12. Общие мероприятия оказания неотложной помощи при отравлениях.

13. Отравление нервно-паралитическими ядами.

14. Отравления веществами удушающего действия.

15. Неотложная помощь при отравлении веществами общеядовитого действия

16. Наиболее распространенные кишечные инфекции. Меры их профилактики.

17. Понятие о гриппе. Его профилактика.

18. Антропозоонозные инфекции, их профилактика.

19. Вредные вещества, классификация, пути поступления в организм человека. Сильнодействующие ядовитые вещества (СДЯВ), их свойства и причины поражения ими.

20. Чрезвычайные ситуации военного времени. Современные средства вооруженной борьбы. Ядерное оружие, основные повреждающие факторы и защита от них.

21. Химическое оружие, его классификация и токсикологические характеристики. Мероприятия по защите от боевых отравляющих веществ.

22. Общие понятия и характеристика бактериологического оружия. Признаки применения бактериологического оружия. Медицинские средства защиты населения от бактериологического оружия.

Тестовые задания

1. Распознавание опасностей, установление причин их возникновения, пространственных и временных характеристик опасностей, вероятности, величины и последствий их проявления:

а) идентификация опасностей;

б) защита от опасностей;

в) организация охраны труда;

г) управление охраной труда.

2. Опасности, которые возникают в результате ошибочных или несанкционированных действий человека или группы людей:

а) антропогенные;

б) естественные;

в) техногенные;

г) абиотические.

3. Опасность, связанная с конкретной угрозой воздействия на человека, она координирована в пространстве и во времени:

а) реализованная опасность;

б) потенциальная опасность;

в) реальная опасность;

г) производственная безопасность.

4. Опасность, представляющая угрозу общего характера, не связанную с пространством и временем воздействия:

а) реализованная опасность;

б) потенциальная опасность;

в) реальная опасность;

г) производственная опасность.

5. Специально разработанные инженерные сооружения, предназначаемые для защиты от воздействия различных физических, химических и биологически опасных и вредных факторов, вызванных чрезвычайной ситуацией:

а) защитные сооружения;

б) рабочее место;

в) производственная среда;

г) рабочая зона.

6. Катастрофическое природное явление, которое может вызвать многочисленные

человеческие жертвы, значительный материальный ущерб и другие тяжелые последствия:

а) стихийное бедствие;

б) производственная авария;

в) транспортная катастрофа;

г) эпидемия.

7. Внешне неожиданная, внезапно возникшая обстановка, характеризующаяся неопределенностью, стрессовым состоянием населения, значительным социально-экологическим и экономическим ущербом, прежде всего человеческими жертвами:

а) авария;

б) природное явление;

в) чрезвычайная ситуация;

г) материальный ущерб.

8. О применении какого оружия свидетельствуют несвойственный для обычных боеприпасов звук разрыва бомб, снарядов, мин; образование при разрывах боеприпасов облака дыма или тумана; наличие капель жидкости на почве, растениях и других предметах:

а) химическое

б) биологическое

в) ядерное

9. От воздействия ударной волны людей могут защитить:

а) общевойсковой защитный комплект

б) противогазы

в) убежища

10. От воздействия ударной волны людей могут защитить:

а) ОЗК

б) укрытия +

в) респираторы

11. От воздействия ударной волны людей могут защитить:

а) общевойсковой защитный комплект

б) противогаз

в) складки местности

12. Осколочные авиационные бомбы предназначены для:

а) уничтожения построек

б уничтожения техники

в) уничтожения живой силы

13 О применении какого оружия свидетельствуют тёмные полосы, тянущиеся за самолётом, масляные пятна на листьях, грунте, люди ощущают тяжесть в груди, раздражение носоглотки:

а) биологическое

б) химическое

в) зажигательное

14. Наибольшую опасность радиоактивные вещества представляют после выпадения:

а) в первые сутки

б) в течение трех суток

в) в первые часы

15. Через сколько часов после ядерного взрыва уровень радиации уменьшится в 10 раз:

а) 7 часов

б) 5 часов

в) 4 часа

16. Ядерное оружие – это:

а) высокоточное наступательное оружие, основанное на использовании ионизирующего излучения при взрыве ядерного заряда в воздухе, на земле (на воде) или под землей (под водой)

б) оружие массового поражения взрывного действия, основанное на использовании внутриядерной энергии

в) высокоточное наступательное оружие

17. Проникающая радиация – это поток:

а) нейтронов

б) радиоактивных протонов

в) совместное излучение гамма-лучей и нейтрона

18. Какой поражающий фактор не оказывает на человека непосредственного воздействия при применении ядерного оружия:

а) ударная волна

б) электромагнитный импульс

в) проникающая радиация

19. Это БТХВ, поражающие чувствительные нервные окончания слизистых оболочек верхних дыхательных путей, действуют на глаза и кожу:

а) удушающего действия

б) психохимические

в) раздражающие

20. Какие БТХВ являются наиболее опасными:

а) кожно-нарывного действия

б) нервно-паралитического действия

в) общеядовитого действия

21. Какие виды боеприпасов относят к высокоточному оружию:

а) управляемые авиационные бомбы

б) бетонобойные боеприпасы

в) осколочные боеприпасы

22. При каком ядерном взрыве светящаяся область взрыва касается поверхности земли и имеет форму полусферы:

а) воздушный

б) наземный

в) подземный

23. Каким способом БТХВ не проникают в организм человека:

а) через нос

б) через рот

в) через уши

24. Среди перечисленных укажите основной признак поражения зарином, зоманом, который послужит вам сигналом для экстремального применения противоядия – шприц-тюбика, таблетки тарена:

а) загрудинная боль

б) миоз глаз (сужение зрачков)

в) нарушение координации движения

25. Заблаговременный вывоз или вывод населения из зоны чрезвычайной ситуации это:

а) принцип защиты населения

б) защитное мероприятие

в) основной способ защиты населения

26. Проекцию ядерного взрыва на поверхность земли называют:

а) центром ядерного взрыва

б) эпицентром ядерного взрыва

в) территорией ядерного взрыва

27. Что составляет основу поражающего действия бактериологического оружия:

а) биологические средства – специально выращенные для боевого применения биологические агенты, способные вызвать у людей, животных, растений массовые инфекционные заболевания

б) природные бактерии

в) разнообразные инфекции

30. Явление радиоактивного излучения открыл французский физик:

а) Роберт Оппенгеймер

б) Жерар Монтескье

в) Антуан Беккерель

Условия ситуационных задач

Ситуационная задача №1

На твоих глазах грузовой машиной сбит пешеход. Он без сознания лежит на спине. Его лицо в крови, правая нога неестественно подвернута, и вокруг нее растекается лужа крови. Дыхание шумное, с характерным сипом на вдохе.

Выбери правильные ответы и расположи их в порядке очередности выполнения:

1. Наложить импровизированную шину на правую ногу.

2. Вытереть лицо от крови и подложить под голову подушку. Вызвать «Скорую помощь».

3. Повернуть пострадавшего на живот.

4. Очистить ротовую полость от слизи и крови.

5. Убедиться в наличии пульса на сонной артерии.

6. Наложить стерильную повязку на кровоточащую рану.

7. Оттащить пострадавшего с проезжей части на безопасное место.

8. Вызвать «Скорую помощь».

9. Оставить пострадавшего на месте и ждать прибытия машины «Скорой помощи».

10. Наложить кровоостанавливающие жгуты.

Ситуационная задача №2

На автобусной остановке стоящий рядом мужчина побледнел и упал. Он - без сознания, кожные покровы бледные, с сероватым оттенком; зрачки широкие, на свет не реагируют.

Выбери правильные ответы и расположи их в порядке очередности выполнения:

1. Вызвать «Скорую помощь».

2. Убедиться в отсутствии пульса на сонной артерии и реакции зрачков на свет.



3. Позвать окружающий на помощь.

4. Определить признаки дыхания с помощью ворсинок ваты или зеркальца.

5. Нанести прекардиальный удар и приступить к сердечно-легочной реанимации.

6. Попытаться добиться от мужчины, на что он все-таки жалуется.

7. Подробно расспросить окружающих, что предшествовало потере сознания.

8. Повернуть пострадавшего на живот.

9. Приложить к голове холод (целлофановый пакет со снегом или холодной водой).

10. Поднести к носу ватку с нашатырным спиртом.

Ситуационная задача №3

Пятилетнего ребенка извлекли из проруби без признаков жизни. Время пребывания подо льдом около 10 минут. Температура воздуха -25С. В 300 метрах от места происшествия видна теплая избушка.

Выбери правильные ответы и расположи их в порядке очередности выполнения:

1. Накрыть пострадавшего ребенка простыней, вызвать милицию и «Скорую помощь».

2. Как можно скорее на безопасном расстоянии от края проруби освободить грудную клетку от одежды и приступить к реанимации.

3. Немедленно приступить к реанимации, не теряя времени на освобождение грудной клетки.

4. Быстро доставить ребенка в избушку, растереть любым спиртовым раствором.

5. При появлении признаков жизни доставить ребенка в избушку.

6. Повернуть ребенка на живот, вызвать рвотный рефлекс, надавив на корень языка.

7. Надавить на корень языка, вызвать рвотный рефлекс, промыть желудок теплой водой.

8. Очистить ротовую полость, промыть желудок и предложить горячий сладкий чай.

9. Дать обезболивающее (2-3 таблетки анальгина).

10. Наложить жгуты на конечности, отнести в избушку, вызвать «Скорую помощь».

11. Смазать тело ребенка вазелином и сделать массаж.

12. Приложить к голове и стопам теплую грелку.

13. Снять с ребенка холодную мокрую одежду.

14. Растереть сухим полотенцем или тканью.

15. Вызвать «Скорую помощь».

Ситуационная задача №4

Во время ремонта телевизора произошел сильный разряд электрического тока. Мастер потерял сознание и упал возле стола. Его рука продолжает крепко сжимать пучок проводов с деталями. Лицо искажено судорогой.

Выбери правильные ответы и расположи их в порядке очередности выполнения:

1. Вызвать «Скорую помощь».

2. Позвать кого-нибудь на помощь.

3. Как можно скорее нанести прекардиальный удар и приступить к непрямому массажу сердца.

4. Перебить провода ножом или топором одним ударом.

5. Перерезать каждый провод по отдельности на разных уровнях.

6. Подложить под голову подушку.

7. Убедиться в наличии пульса на сонной артерии и повернуть пострадавшего на живот.

8. Убедиться в наличии пульса на сонной артерии, ударить пострадавшего по грудине и приступить к непрямому массажу сердца. Если нет реакции, приступить к искусственной вентиляции легким.

9. Убедиться в отсутствии пульса на сонной артерии и после прекардиального удара начать сердечно-легочную реанимацию.

10. Убедиться в отсутствии пульса на сонной артерии и повернуть пострадавшего на бок.

Ситуационная задача №5

После удара молнии в одиноко стоящее дерево один из укрывавшихся под ним от дождя путников замертво упал. У пораженного молнией левая рука черная, обожженная по локоть; зрачки широкие, не реагирующие на свет; пульса на сонной артерии нет.

Выбери правильные ответы и расположи их в порядке очередности выполнения:

1. Закопать пораженного молнией в землю.

2. Нанести прекардиальный удар и приступить к сердечно-легочной реанимации.

3. Накрыть обожженную поверхность чистой тканью.

4. Поручить кому-нибудь вызвать «Скорую помощь».

5. Повернуть пострадавшего на живот и ждать прибытия врачей.

6. Убедиться в отсутствии реакции зрачков на свет и пульса на сонной артерии.

7. Поднести ко рту зеркальце, ватку или перышко и по запотеванию стекла и движению ворсинок определить наличие дыхания.

8. Положить холод на голову.

9. Положить холод на место ожога.

Поднести к носу ватку с нашатырным спиртом.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата



Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

«удовлетворительно»	имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает, и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны

исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.



Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает, и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 19.09.2023	Сиюхова Белла Батмизовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 20.09.2023	Сиюхов Хазрет Русланович
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 20.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.17 Экономика*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.			
4	4		Экономика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-9.3 Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности.			
4	4		Экономика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-9.2 Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.			
4	4		Экономика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.					
Знать: экономические законы производства: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики;- основы микроэкономики, теорию потребительского поведения, издержки производства, типы рыночных структур, рынки факторов производства; основы макроэкономической политики государства, основные макроэкономические показатели и принципы их расчета; механизм формирования валового	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
внутреннего продукта и валового национального дохода, теорию макроэкономического равновесия, бюджетно-налоговую и денежно-кредитную политику, механизм регулирования инфляции и безработицы; основы функционирования мировой экономики.					
Уметь: оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач;- применять творческий, аналитический, прогностический, креативный и др. подходы к решению проблемы исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;- использовать экономический инструментарий анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации); адекватно воспринимать содержание, находить и анализировать экономическую информацию, имеющуюся в экономической литературе и используемую в СМИ для ориентирования в основных текущих проблемах экономики;- анализировать экономическую политику государства,формировать	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
собственную позицию по отношению к ней и вырабатывать свою точку зрения на происходящие в стране экономические процессы					
Владеть: навыками решения простейших задач по дисциплине; навыками графического иллюстрирования вопросов экономики;- методами системного творческого решения проблемы исследования на базовом уровне исходя из поставленных задач и ожидаемых результатов; - навыками содержательной интерпретацией и адаптацией знаний экономической теории для решения профессиональных задач; способностью к обобщению, поиску и оценке альтернативных способов решения поставленных экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.2 Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.					
Знать: основные принципы и содержание экономических законов и категорий, структуру экономических показателей; источники и способы анализа экономической информации, характеризующей денежную, валютную,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
кредитную, банковскую системы.					
Уметь: применять экономические модели и методы для описания процессов и явлений в различных сферах деятельности;- пользоваться различными инструментами сбора, анализа и обработки экономических данных;- организовывать собственную деятельность числе в области учёта расходов и доходов, приобретения финансовых продуктов услуг), выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;- правильно использовать теоретические практической деятельности по использованию экономической информации;- результативно использовать современные финансовые инструменты;- решать типичные задачи в области семейного бюджета.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: основами экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности;методами сбора и анализа экономической информации	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-9.3 Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности					
Знать: финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: использовать финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методами рационального подхода к управлению личным и семейным бюджетом, на базе которого человек организует эффективное расходование своих средств;-навыками поддержания здорового баланса доходов и расходов в личном и семейном бюджете;навыками успешного использования инструментов инвестирования и сбережения, и избежание бессмысленных трат и финансовых потерь.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовое задание



Вариант 1

1.В классическом представлении промышленный цикл состоит из ____фаз:

а) 4;

б) 6;

в) 7;

г)2.

2.Банк – это кредитный институт,

а) действующий на принципах прибыльности и риска;

б) задачей которого является обеспечение устойчивости национальной валюты;

в) занимающийся привлечением денежных ресурсов;

г)занимающийся привлечением и размещением денежных средств.

3.Бюджетно-налоговая (фискальная) политика

а) воздействие государства на экономику посредством формирования величины и структуры государственных расходов, объема трансфертных выплат и системы налогообложения;

б) меры правительства по изменению государственных расходов, налогообложения и состояния госбюджета, направленные на обеспечение полной занятости, равновесия платежного баланса, экономического роста при производстве неинфляционного ВВП (ВНП);

в) правительственная политика в отношении закупок товаров и услуг трансфертных платежей количества и видов налогов;

г)совокупность мер правительства по регулированию государственных расходов и налогообложения, направленных на обеспечение полной занятости и производство равновесного ВНП.

4.Инвестиции – это…

а) денежные суммы, используемые с целью организации производства;

б) любые изменения, нововведения в технологиях;

в) приобретение недвижимости;

г)вложения во все виды производственных и непроизводственных ресурсов.

5.К концепциям перехода к рыночной экономике относятся:

а) концепция умеренного роста;

б) радикально-умеренная концепция;

в) концепция градуализма;

г)концепция «шоковой терапии».

6.Номинальный ВВП в текущем году составил 64000 ден. ед., реальный ВВП 50000 ден. ед. Инфляция за год составила…

а) 128%

б) 22%

в) 78%

г)28%

7.Уровень безработицы при полной занятости равен…

а) сумме структурной и фрикционной;

б) сумме фрикционной и циклической безработицы;

в) нулю;

г)сумме структурной и циклической.

8.Демпинг

а) продажа товара на внешнем рынке по цене выше цены аналогичного товара на внутреннем рынке страны-импортера;



б) продажа товара на внешнем рынке по цене выше цены аналогичного товара на внутреннем рынке страны-экспортера;

в) продажа товара на внешнем рынке по цене ниже цены аналогичного товара на внутреннем рынке страны-экспортера;

г)распродажа товаров.

9.Производитель товара снизил цену на него 5%, в результате чего объем продаж вырос на 4%. Спрос на этот товар является

а) эластичным

б) неэластичным

в) абсолютно эластичным

г)единичной эластичности

10. Вложения капитала в банк дает ее владельцу 17% годовых, инфляция 4% в год. Открыв срочный счет в банке на сумму 50000 ден. ед. господин Иванов получит через год____ ден. ед. дохода

а) 42735;

б) 44248;

в) 56500;

г)58500

11. Экономическое развитие не характеризуется

а) ВВП на душу населения;

б) объемом номинального ВВП;

в) производством основных видов продукции на душу населения;

г)уровнем жизни.

12. К основным формам международных экономических отношений не относится ____ и_____

а) миграция капитала;

б) международная торговля;

в) совместные военные учения;

г)обмен культурными ценностями.

13. Приведенная в таблице шкала налогообложения относится к системе____ налогообложения. Определите к какой системе налогообложения относится приведенная ниже шкала налогообложения

Размер налога, д. ед.	0	1000	1200	1400	1600	1800	2000
Сумма налога, д. кд.	0	100	105	110	115	120	128

а) регрессивный;

б) пропорциональный;

в) прогрессивный;

г)комбинированный;

14. В широком смысле деньги – это…

а) наиболее ликвидная часть денежной массы, доступная для немедленного использования в качестве платежного средства;

б) особый вид товара, функционирующий только на денежном рынке;

в) особенный товар;

г)вид финансовых активов, которым может быть использован для сделок.

15. При увеличении совокупного спроса (AD) на кейнсианском отрезке кривой совокупного предложения (AS) при прочих равных условиях равновесный объем производства..

а) вырастет, равновесный уровень цен упадет;

б) сократится, равновесный уровень цен останется неизменным;

в) вырастет, равновесный уровень цен останется неизменным;

г)и равновесный уровень цен вырастут одновременно.

16. «Мягкая» кредитно-денежная политика проводится…

а) в период экономического подъема;

б) в период экономического спада;

в) на стадии оживления экономики;

г)в период рецессии.

17. Заполните пропуски. Чем больше расстояние между биссектрисой и кривой _____, тем_____ степень неравенства в распределении доходов

а) Лаффера, больше;

б) Лоренца, больше;

в) Лоренца, меньше;

г)Лаффера, меньше.

18. Рынок является…

а) саморегулирующейся системой взаимодействия экономических субъектов;

б) средством создания сбережений;

в) механизмом осуществления контактов продавцов и покупателей;

г)механизмом регулирования побочных последствий производства;

19. Экономист, работая на заводе, получил зарплату в размере 120 тыс. руб. в год и имел сбережения 100 тыс. руб. (процент по вкладу 5%). Он ушел с работы, и на свои сбережения открыл магазин. Годовой доход его предприятия составил 220 тыс. руб. Неявные издержки предпринимателя равны…



а) 225 тыс. руб.;

б) 100 тыс. руб.;

в) 5 тыс. руб.;

г)125 тыс. руб.

19.К характеристикам повременной зарплаты не относится высказывание о том, что она…

а) удобна при выполнении сложных работ;

б) создает предпосылки для качественного труда;

в) не стимулирует интенсивность труда;

г)интенсифицирует труд.

20. В условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде соблюдается равенство…

а) MR=MC=TC=P

б) MR=AC=P=V

в) MR=MC=VC=P

г)MR=MC=AC=P

Вариант 2

1. К внешним факторам относятся…

а) сокращение государственных доходов;

б) издержки и выгоды третьих лиц;

в) издержки и выгоды, не включенные в рыночную цену блага;

г)снижение прибыли производителей отдельных товаров.

2. Если предприятие увеличивает закупки сырья, нанимает дополнительных рабочих и на том же оборудовании организует работу в третью смену, то эти мероприятия характеризуют_____ период деятельности фирмы:

а) длительный;

б) мгновенный;

в) неограниченный;

г)короткий.

3. Монополист-производитель электронного оборудования выпускает и продает такой объем продукции при котором: MR– 180 дол., MC – 100 дол., ATC – 200 дол. Чтобы получить максимум прибыли, фирма должна…

а) повысить цену и сохранить прежний объем выпуска

б) повысить цену и увеличить объем выпуска

в) повысить цену и уменьшить объем выпуска

г)снизить цену и уменьшить объем выпуска

д) снизить цену и увеличить объем выпуска

4.Закон убывающей предельной полезности может быть проиллюстрирован следующим перечнем значений предельной полезности…

а) 200,250,270,280

б) 200,400,1600,9600

в) 200,350,450,600

г)200,450,750,1100

д) 200,300,400,500

5. Предельный доход не ниже рыночной цены у…

а) монополистических конкурентов;

б) участников картели;

в) олигополистов, не участвующих в картели;

г)монополистов;

д) совершенных конкурентов.

6. Государственная собственность в условиях рыночной экономики чаще всего существует…

а) в отраслях инфраструктуры;

б) в розничной торговле;

в) в нерентабельных производствах;

г)в сельском хозяйстве.

7.Кардиналистскую теорию определения полезности благ разработали экономисты ____ школы…

а) лозаннской;

б) кембриджской;

в) кейнсианской;

г) австрийской.

8. Совокупность всего того, что используется человеком в процессе производства, в экономической теории обозначается понятием…

а) средства производства;

б) средства труда;

в) технология производства;

г) производительные силы.

9. Экономическая теория- это наука…

а) об эффективном использовании редких ресурсов;

б) о принципах экономической политики;

в) о поведении людей в процессе производства и распределения благ;

г)о динамике потребностей человека.

10.Производственные ресурсы в целом характеризуются как…

а) технология производства и знания персонала;

б) сырье, которое используется в процессе производства товаров и услуг;

в) природа, люди, техника, необходимые для производства продукции;

г) ресурсы, затрачиваемые в производстве товаров и услуг.

11. Японская модель может быть охарактеризована…

сильной социальной политикой;

а) отставанием уровня жизни населения от развития производительных сил;

б) развитым планированием и координацией деятельности правительства и частного сектора;

в) как модель, построенная на системе всемерного поощрения предпринимательской деятельности.

12. Совокупность различных элементов производства, которые могут быть использованы для создания товаров и услуг, называется….

а) ресурсами;

б) благами;

в) продуктами;

г)товарами.

13. Отношения между людьми по поводу присвоения или отчуждения благ составляют отношения…

а) распределения;

б) владения;

в) распоряжения;

г) собственности;

14. Наиболее яркой характеристикой монополистической конкуренции является…

а) количество продавцов;

б) товарная дифференциация;

в) разнообразие цен;

г)дифференциация продавцов.

15. К предмету изучения микроэкономики относятся…

а) производство сахара и динамика его цены

б) спрос и предложение на рынке молока

в) занятость населения в народном хозяйстве

г) производство в масштабе всей экономики

16. _____ разделил рабочее время на необходимое и прибавочное.

а) Ф. Кенэ;

б) К. Маркс;

в) У. Пети;

г) А.Смит

17. _____ является доходом на капитал

а) рента

б) прибыль

в) заработная плата

г) процент

18. Производство как экономическая категория представляет собой…

а) процесс взаимодействия людей и природой для создания продуктов, удовлетворяющих потребности человека

б) совокупность производящих хозяйственных единиц

в) занятость населения в народном хозяйстве

г) процесс преобразования экономических ресурсов в готовый продукт

19. К частной относятся_____ и _____ формы собственности.

а) коллективная

б) партнерская

в) индивидуальная

г) государственная

20. Механизм распределения в рыночной экономике основывается прежде всего на

а) действии закона предложения

б) действии закона предельной полезности

в) действии налоговой системы

г) конкуренции

Вариант 3

1. Теория потребительского поведения предполагает, что потребитель стремится максимизировать…

а) предельную полезность

б) разницу между общей и предельной полезностью

в) среднюю полезность

г) общую полезность

2. При стоимости материалов 5 тыс. рублей, оборудования 8 тыс. рублей и заработной плате 5 тыс. рублей сумма постоянных и переменных издержек составит ___ тыс. рублей.

а) 10;

б) 8;

в) 18;

г) 5

3. В утверждении __ говорится о том, что условия совершенной конкуренции не выполняются…

а) кривая спроса на продукт фирмы – горизонтальная линия

б) кривые средних и предельных издержек имеют U – образную форму

в) кривая предельных издержек пересекает кривую средних издержек в точке, соответствующей минимальному значению АТС

г) фирма находится в равновесии, когда ее предельный доход равен предельным издержкам

4. Характерной для России моделью перехода от командной экономики является…

а) националистическая модель особого пути России



б) гипотетическая модель социализма с человеческим лицом

в) модель меркантилистической экономики

г) модель реального социализма

5. Предельный доход не ниже рыночной цены у …

а) олигополистов, не участвующих в картеле

б) монополистов

в) монополистических конкурентов

г) совершенных конкурентов

6. Равновесная процентная ставка выражает…

а) разницу между номинальной и реальной ставками процента

б) равенство объема спроса и предложения заемных средств

в) равенство предельного продукта капитала в денежной форме и предельных издержек на капитал

г) равенство номинальной и реальной процентной ставки

7. Коэффициент Джини говорит о (об)…

а) уменьшении дифференциации доходов в обществе

б) усилении дифференциации доходов в обществе

в) экономическом росте

г) приближении кривой Лоренца к биссектрисе

8. Положительные внешние эффекты возникают как следствие…

а) снижения цен на продукты питания

б) роста расходов на развитие науки

в) увеличения прибыли фирмы, производящей электроприборы

г) роста расходов на образование

9.Объем национального производства и уровень цен вырастут одновременно (на промежуточном участке совокупного предложения) под воздействием…

а) сокращения государственных расходов на военные нужды

б) снижения ДС

в) снижения производительности труда

г) страха потребителей перед депрессией

10. К собственным источникам инвестиций нельзя отнести…

а) ассигнования из бюджета

б) нераспределенная прибыль

в) средства амортизационного фонда

г) кредиты банков

11. Если индекс потребительских цен в 1995 г. составил 200%, а в 1996 г. 300%, то темп инфляции равен…

а) 100%,

б) 50%,

в) 200%,

г) 300%

12. Человек трудоспособного возраста, не имеющий работу и не ведущий ее поиски, относится к категории…

а) не входящих в рабочую силу

б) безработных

в) занятых

г) рабочей силы

13. Налоги не подразделяют на …

а) первичные и вторичные

б) общие и специальные (целевые)

в) государственные и местные

г) прямые и косвенные

14. Деньги – это…

а) средство обращения, мера стоимости, средство сбережения;

б) общепризнанное средство платежа, которое принимается в обмен на товары и услуги, а также при уплате долгов;

в) кредитные карты, металлические и бумажные единицы;

г) металлические и номинальные денежные единицы.

15 . Организационную структуру банковских систем различных стран мира роднит единый основополагающий принцип…

а) универсальности;

б) взаимозависимости;

в) двухуровневости;

г) стабильности.

16. При проведении стимулирующей денежно-кредитной политики…

а) увеличивается процентная ставка

б) снижается курс национальной валюты

в) повышается курс национальной валюты

г) увеличивается денежная масса в обращении

17. Расположите циклы в порядке возрастания их продолжительности.

а) Цикл Кузнеца

б) Цикл Китчина

в) Цикл Кондратьева

г) Цикл Тоффлера

18. Укажите среди перечисленных ниже показателей тот, с помощью которого измеряют экономический рост…

а) рост органического строения капитала

б) темп роста накопления капитала

в) темп роста реального ВНД или ВВП

г) темп роста номинального ВВП

19. К субъектам международных экономических отношений относятся…

а) частные подсобные хозяйства

б) муниципальные предприятия

в) интеграционные объединения стран

г) мелкие и средние предприятия, осуществляющие внешнеэкономические операции

20. Установите соответствие между видом и способом взимания таможенного тарифа



1. Адвалорный тариф

2. Специфический тариф

3. Комбинированный тариф

4. Альтернативный тариф

а) пошлина, начисляемая в проценте к таможенной стоимости

б) ставка таможенной пошлины, взимаемая с единицы веса, объема, длины и т.д.

в) применяется согласно решению таможенных органов адвалорная или специфическая ставка

г) одновременно взимаемые адвалорные и специфические ставки

Правильные ответы

Номер задания	Вариант		
	1	2	3
1	а	б,в	г
2	г	г	в
3	а,в,г	д	а
4	г	а	в
5	б,в,г	д	г
6	г	а,в	б,в
7	а	г	б
8	в	г	б,г
9	б	а	б
10	в	в,г	а,г

11	б	б,в	б
12	в,г	а	а
13	а	г	а
14	г	б	а,б
15	в	а,б	в
16	б	б	б,в
17	б	г	б,а,в,г
18	а,в	а,г	в
19	г	б,в	в,г
20	г	г	а,б,в,г

Темы рефератов

1. Редкость благ и производство. Содержание основной проблемы экономики
Проблема эффективности производства в условиях рыночной экономики

2. Борьба за ограниченные ресурсы

3. Вещественный и личный факторы производства, способы их соединения

4. Сущность собственности как экономической категории. Место и роль отношений собственности в системе экономических отношений общества

5. Типы присвоения. Эволюция форм частной собственности

6. Сущность и особенности коллективного (группового) присвоения. Классификация форм государственной собственности

7. Роль и значение государственной собственности в рыночной системе хозяйств

8. Преимущества и недостатки частной собственности. Тенденции и перспективы развития частной собственности в Украине

9. Государственная и муниципальная формы собственности

10. Сущность и критерии типизации экономических систем. Характерные черты чистого

капитализма, командной, традиционной и смешанной экономики

11. Сущность и основные черты социально-ориентированной модели рыночной экономики

12. Экономическая модель Швеции

13. Японская экономическая модель.

14. Особенности американской модели экономики

15. Экономические модели новых индустриальных стран

16. Понятие общих экономических форм (общественных форм хозяйствования). Общая характеристика натурального хозяйства и товарного производства

17. Значение общественного разделения труда в становлении и развитии товарного хозяйства

18. Сущность товара как основной категории товарного производства. Определение стоимости товара различными школами экономической теории

19. Эволюция теорий о происхождении и сущности денег

20. Происхождение, сущность и функции денег

21. Деньги и бартер в современной экономике. Причины использования бартера

22. Основные направления эволюции кредитных денег

23. Электронные деньги и формы их использования

24. Анализ законов денежного обращения (законов количества денег, необходимых для обращения), сформулированных К.Марксом и И.Фишером

25. Сущность, причины и социально-экономические последствия инфляции

26. Современные инфляционные процессы в экономике Украины

27. Критерии классификации инфляции

28. Методы борьбы с инфляцией

29. Общая характеристика элементов рыночной системы: рынка товаров и услуг, рынка факторов производства, финансового рынка

30. Структура финансового рынка (денежный рынок, рынок ценных бумаг и валютный рынок). Роль ссудного процента и курса валют в функционировании рынка

31. Функции рынка и его классификация

32. Биржа как составной элемент инфраструктуры рынка. Классификация бирж

33. Функции и роль товарной биржи. Субъекты биржи и биржевые сделки

34. Фондовые биржи. Биржевые спекуляции

35. Биржа труда и ее роль в регулировании рыночных отношений

36. Роль кредитной системы в инфраструктуре современного рынка

37. Общая характеристика основных элементов рыночного механизма. Значение конкуренции в механизме функционирования рынка

38. Закон спроса. Влияние неценовых факторов на рыночный спрос. Эффект сдвига кривой спроса

39. Эластичность спроса. «Эффект Гиффена». Практическое значение эластичности спроса

40. Закон предложения в системе рыночного механизма. Неценовые факторы предложения. Эффект сдвига кривой предложения

41. Понятие рыночного равновесия и его устойчивость. Рыночное равновесие как условие рыночного саморегулирования

42. Дефицитный рынок: причины функционирования и последствия

43. Влияние рыночной конъюнктуры (соотношения спроса и предложения) на рыночные цены

44. Экономическая роль конкуренции. Совершенная и несовершенная конкуренция. Понятие и характеристика входных барьеров

45. Основные черты рынка совершенной конкуренции.

46. Характеристика чистой монополии как рыночной структуры несовершенной конкуренции

47. Основные черты и особенности олигополии как рынка несовершенной конкуренции

48. Характеристика рынка монополистической конкуренции

49. Ценовые и неценовые методы конкурентной борьбы. Экономические последствия ценовой дискриминации и демпинга

50. Концентрация и централизация производства и капитала как объективная причина монополизации экономики

51. Сущность и характерные черты монополии. Горизонтальные и вертикальные монополии. Диверсификация капитала

52. Монополия и монопольная власть. Экономические последствия монополизации рынка

53. Основные виды монополистических объединений (картель, синдикат, трест, концерн)

54. Несовершенства рыночной системы, обусловливающие необходимость вмешательства государства в экономику. Цели и методы государственного регулирования экономики

55. Основные экономические функции государства в условиях рыночной экономики. Границы вмешательства государства в экономику

56. Роль государства в ограничении монополизма в экономике (защите конкуренции). Сущность и цели антимонопольного законодательства. Способы государственного ограничения власти естественных монополий

57. Основные способы участия государства в перераспределении доходов. Государственное регулирование цен и доходов. Сущность трансфертных платежей

58. Кривая Лоренца как измеритель степени неравномерности перераспределения доходов. Роль индивидуального налогообложения в перераспределении доходов населения (эффект «Робин Гуда»).

59. Вмешательство государства в перераспределение ресурсов. Сущность общественных благ. Положительные и отрицательные эффекты перелива (внешние эффекты)

60. Системы социальной защиты населения: происхождение и эволюция

61. Структура финансовой системы. Фискальная политика и ее роль в государственном регулировании экономики

62. Структура банковской системы. Методы кредитно-денежного воздействия государства на экономику

63. Доходы и расходы государственного бюджета, их роль в экономическом росте производства

Темы докладов

1. Формы собственности в рыночной экономике.

2. Денежный рынок и особенности его функционирования в России.

3. Рыночный механизм и его основные элементы.

4. Типы рыночных структур и особенности их проявления в России.

5. Соотношение конкуренции и монополии в экономике современной России.

6. Антимонопольное регулирование в России и за рубежом.

7. Предпринимательство в системе рыночных отношений.

8. Инвестиции и их роль в экономике.

9. Финансы государства и их роль в решении макроэкономических проблем.

10. Роль рынка ценных бумаг в функционировании рыночной экономики.

11. Рынок и государство. Проблемы государственного регулирования

12. Государственный сектор рыночной экономики.

13. Теневая экономика: сущность, причины, пути ограничения.

14. Роль малого бизнеса в современной экономике.

15. Рынок как проявление демократизации в экономике.

16. Современные инфляционные процессы в экономике Российской Федерации.

17. Эволюция форм собственности.

18. Мировой опыт приватизации и разгосударствление собственности.

19. Тенденции и перспективы развития частной собственности в России.

20. Государственная и муниципальная форма собственности.

21. Ипотечное кредитование (на примере отдельных стран).

22. Современная фондовая биржа, ее функции.

23. Проблемы инвестиционной политики в России.

24. Денежные реформы в России (история и современность).

25. Земельные отношения в России (историческое развитие и современное состояние).

26. Перспективы развития фермерства в аграрном секторе России.

27. Регулирование рынка сельскохозяйственной продукции (возможность использования зарубежного опыта в России)

28. Менеджмент как форма управления в рыночной экономике.

29. Неклассическая и кейнсианская модели экономического роста.

30. Информационная экономика и становление нового типа экономического роста.

31. Проблемы обеспечения экономического роста в российской экономике.

32. Причины стагфляции в экономике западных стран в 70-е годы.

33. Макроэкономическая ситуация и причины инвестиционного кризиса в России.

34. Финансово-кредитные кризисы: сущность, причины, последствия.

35. Место роль спроса в системе общественного воспроизводства.

36. Классические и кейнсианские представления о совокупном спросе и совокупном предложении.

37. Экономическая природа дефицита и методы его регулирования.



38. Формы и методы регулирования рынка в современных развитых странах.

39. Роль цен, тарифов, льгот, субсидий, компенсаций в регулировании национального рынка.

40. Национальное счетоводство как инструмент регулирования экономики.

41. Экономический рост в модели межотраслевого баланса.

42. Экономический спад при переходе к рынку и предпосылки экономического роста.

43. Общее равновесие на макроуровне.

44. Надежность и стабильность банковской системы.

45. Проблемы формирования, использования человеческого капитала.

Темы научных дискуссий (круглых столов)

1. Реформирование отношений собственности на природные ресурсы (опыт России и зарубежных стран).

2. Интеграционные процессы в валютно-финансовой системе. Европейского экономического сообщества Особенности формирования рынка труда в современной России.

3. Социальная политика и ее приоритеты в современной России.

4. Бюджетная политика и особенности ее проведения в России.

5. Экономическая реформа и региональное развитие Всемирное хозяйство, тенденции и перспективы развития, противоречия.

Вопросы к зачету

1. Предмет и метод экономического анализа.

2. Типы и модели экономических систем.

3. Сущность и основные черты социально-ориентированной модели рыночной экономики

4. Экономическая модель Швеции

5. Особенности американской модели экономики

6. Общественное производство. Потребности. Благо. Ресурсы. Богатство общества.

7. Значение общественного разделения труда в становлении и развитии товарного хозяйства

8. Сущность товара как основной категории товарного производства. Определение стоимости товара различными школами экономической теории

9. Производство, распределение, обмен и потребление.

10. Экономический выбор. Кривая производственных возможностей.

11. Альтернативная стоимость, или издержки упущенных возможностей.

12. Рынок и условия его возникновения.

13. Преимущества рынка и его негативные стороны.

14. Экономические субъекты рыночной экономики.

15. Модель кругооборота ресурсов, продуктов и доходов.

16. Товар и его свойства. Происхождение денег.

17. Теория предельной полезности и субъективная ценность блага.

18. Основные типы рыночных структур. Понятие рынка совершенной конкуренции.

19. Спрос на товары и услуги. Кривая спроса. Закон спроса.

20. Предложение товаров и услуг. Факторы предложения. Кривая предложения. Закон предложения.

21. Рыночное равновесие. Равновесная цена. Мгновенное, краткосрочное и длительное равновесие.

22. Понятие рыночного равновесия и его устойчивость. Рыночное равновесие как условие рыночного саморегулирования

23. Эластичность спроса и предложения.

24. Спрос и полезность. Правило оптимизации (максимизации) полезности.

25. Концепция кривых безразличия. Бюджетная линия.

26. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

27. Экономические издержки. Постоянные, переменные и общие издержки; их кривые и взаимосвязь.

28. Средние издержки, предельные издержки; их кривые и взаимосвязь.

29. Производственная функция. Использование метода изоквант. Эффект масштаба.

30. Общий, средний и предельный продукт. Закон убывающей предельной производительности.

31. Фирма на рынке совершенной конкуренции. Валовой доход, средний и предельный доход.

32. Основные черты рынка совершенной конкуренции.

33. Основные черты и особенности олигополии как рынка несовершенной конкуренции

34. Характеристика рынка монополистической конкуренции

35. Совершенная конкуренция. Эффективность конкурентных рынков.

36. Фирма на рынке чистой монополии. Ущерб, наносимый монополией.

37. Характеристика рынка монополистической конкуренции. Значение неценовой конкуренции.

38. Олигополия. Особенности поведения фирмы в олигополии.

39. Антимонопольное регулирование.

40. Сущность и характерные черты монополии. Горизонтальные и вертикальные монополии. Диверсификация капитала

41. Монополия и монопольная власть. Экономические последствия монополизации рынка.

42. Основные виды монополистических объединений (картель, синдикат, трест, концерн).

43. Несовершенства рыночной системы, обусловливающие необходимость вмешательства государства в экономику.

44. Цели и методы государственного регулирования экономики.

45. Экономическая неопределенность и риски.

46. Спрос на факторы производства как производный спрос на продукцию.

47. Оптимальное соотношение ресурсов. Правило минимизации издержек и условия максимизации прибыли.

48. Рынок труда. Заработная плата.

49. Рынок капитала. Процентная ставка и инвестиции. Дисконтирование.

50. Теория экономической ренты.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма – наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил;

- открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены



существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»);

- установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Цель тестовых заданий – заблаговременное ознакомление магистров факультета аграрных технологий с теорией изучаемой темы по курсу «Современные проблемы агрономии» и ее закрепление.

Тесты сгруппированы по темам. Количество тестовых вопросов в разделе различно, что обусловлено объемом изучаемого материала и ее трудоемкостью.

Формулировки вопросов построены по следующим основным принципам:

Выбрать верные варианты ответа.

В пункте приведены конкретные вопросы и варианты ответов. Магистру предлагается выбрать номер правильного ответа из предлагаемых вариантов. При этом следует учесть важное требование: в ответах к заданию обязательно должен быть верный ответ и он должен быть только один.

Магистр должен выбрать верный ответ на поставленный вопрос и сверить его с правильным ответом, который дается в конце.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция,



сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Критерии оценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов:

- знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности;

- масштабность, глубина и оригинальность суждений;

- аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений;

- умение вести дискуссию;

- умение отстаивать свое мнение;

- активность в обсуждении;

- общая культура и эрудиция.

Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недостаточный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном, присутствует на отдельных этапах; 3 – критерий отражен полностью.



Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться вформе устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой илибез подготовки, поусмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются назаседании кафедры иподписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опросаили собеседования тем студентам, которые активно участвовали всеминарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка **«зачтено»** ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- ополном знании материала попрограмме;

- ознании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия насеминарских занятиях, атакже содержит вцелом правильное иаргументированное изложение материала.

Оценка **«незачтено»** ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы взнании основного материала по программе, атакже допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 26.08.2023	Хачемизова Эмма Аслановна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 31.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 31.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.18 Физическая культура и спорт*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-7.1 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни			
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	6		Физическая культура и спорт
123456	56		Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
УК-7.2 Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография
56	6		Физическая культура и спорт
123456	56		Элективные дисциплины по физической культуре и спорту

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	**удовлетворительно**	**хорошо**	**отлично**	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности					
УК-7.1 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни					
Знать: нормы здорового образа жизни и требования к уровню физической подготовленности,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тесты

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
обеспечивающему полноценную социальную и профессиональную деятельность.					
Уметь: использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личностных, жизненных целей.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья и физического самосовершенствования.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности					
УК-7.2 Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности					
Знать: требования к физическим качествам, предъявляемые профессией; иметь представление о предоставляемых физической культурой возможностях укрепления здоровья, совершенствования физических качеств, в том числе профессионально необходимых.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тесты
Уметь: оценивать свой уровень физической подготовленности на основе рекомендованных критериев, выявлять проблемы в сфере сформированности физических качеств и ставить цели по совершен	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ствованию собственной физической подготовленности.					
Владеть: основами оздоровительной физической культуры с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный перечень оценочных средств, их краткая характеристика и шкала оценивания

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Шкала оценивания
Текущий контроль успеваемости			
Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Темы докладов, сообщений	Четырёхбалльная шкала
Тест	Тестом в физическом воспитании называется измерение или испытание, проводимое с целью определения состояния или способностей человека на данный момент. Эту информацию используют как основу для управления достижениями обучающихся.Тестирование двигательных возможностей человека помогает решению ряда сложных педагогических задач: выявлять уровни развития кондиционных и координационных способностей, оценивать качество технической и тактической подготовленности.	Фонд тестовых заданий	Пятибалльная шкала

Промежуточная аттестация			
Зачёт	Форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.	Вопросы к зачету	Двухбалльная шкала

КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ СТУДЕНТОВ

Женщины

№	Тесты	Оценка в баллах				
		5	4	3	2	1
1	Бег 2 км (мин., сек)	10.15	10.50	11.15	11.50	12.15
2	Бег 1 км (мин., сек)	4.00	4.15	4.30	4.45	5.00
3	Бег100 м (сек)	15.7	16.0	17.0	17.9	18.7
4	Прыжки через скакалку за 1 мин. – количество раз	190	170	150	130	100
5	Сгибание и разгибание рук в упоре на гимнастической скамейке	25	20	17	13	10
6	Прыжки в длину с места (см)	190	180	170	160	150
7	Подтягивание в висе лежа (перекладина на высоте 90 см) – количество раз	20	16	10	6	4
8	Подъем и опускание туловища из положения лежа, ноги закреплены, руки за головой -количество раз	60	50	40	30	25
9	Тест Купера (м)	2650	2160	1850	1500	1400

Мужчины

№	Тесты	Оценка в баллах				
		5	4	3	2	1
1	Бег 3 км (мин., сек.)	12.00	12.35	13.10	13.50	14.00
2	Бег 1 км (мин., сек.)	3.30	3.35	4.00	4.15	4.30

3	Бег100 м (сек)	13.2	13.8	14.0	14.3	14.6
4	Прыжки в длину с места (см)	250	240	230	223	215
5	Сгибание и разгибание рук в висе на перекладине -количество раз	15	12	10	7	5
6	Сгибание и разгибание рук в упоре на брусьях -количество раз	15	12	9	7	5
7	В висе поднимание ног до касания перекладины -количество раз	10	7	5	3	2
8	Прыжки через скакалку за 1 мин. – количество раз	190	170	150	130	100
9	Тест Купера (м)	2800	2500	2000	1600	1500

Примерный перечень вопросов к зачёту

1. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества.

2. Компоненты физической культуры.

3. Физическая культура личности.

4. Организационно правовые основы физической культуры.

5. Характеристика современного состояния физической культуры и спорта в Российской Федерации.

6. Психофизиологическая характеристика интеллектуальной деятельности и учебного труда студентов.

7. Заболеваемость в период учебы в вузе и ее профилактика.

8. Гипокинезия и гиподинамия.

9. Динамика работоспособности студентов в учебном году и факторы, ее определяющие.

10. Основные причины изменения физического и психического состояния студентов в учебном году и факторы, ее определяющие.

11. Средства физической культуры для оптимизации работоспособности, профилактики нервно-эмоционального и психофизического утомления студентов, повышения

эффективности учебного процесса.

12. Средства восстановления работоспособности.

13. Диагностика, ее цели и задачи.

14. Самоконтроль, его цели, задачи и методы.

15. Методы исследования физического развития.

16. Дневник самоконтроля.

17. Методы стандартов, антропометрических индексов, номограмм.

18. Методика определения нагрузки по показателям пульса.

19. Методика определения нагрузки по показателям жизненной емкости легких и частоте дыхания.

20. Методика определения тяжести нагрузки по изменениям массы тела и динамометрии.

21. Оценка функциональной подготовленности по задержке дыхания на вдохе и выдохе (проба Штанге и Генчи).

22. Методика оценки состояния ЦНС по пульсу и кожно-сосудистой реакции.

23. Методика оценки быстроты и гибкости.

24. Оценка физической работоспособности по результатам теста Купера (12–минутный бег).

25. Ортостатическая проба.

26. Методика оценки функциональной подготовленности методом одномоментной пробы с приседанием.

27. Комбинированная проба.

28. Обмен энергии.

29. Функциональная проба по Квергу.

30. Проба Ромберга (выявляет нарушение равновесия в положении стоя).

31. Объективные и субъективные признаки усталости, утомления и переутомления, их причины и профилактика.

32. Профилактика травматизма на занятиях физическими упражнениями.

33. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов.

34. Роль физической культуры и спорта в подготовке студентов к профессиональной деятельности и экстремальным жизненным ситуациям.

35. Организм человека как биологическая система.

36. Общее представление о строении тела человека.

37. Опорно-двигательный аппарат.

38. Физиологические механизмы энергообеспечения мышечной деятельности.

39. Строение и функции дыхательной системы.

40. Строение и функции пищеварительной системы.

41. Сердечно-сосудистая система.

42. Выделительная система.

43. Эндокринная система.

44. Сенсорная система.

45. Нервная система.

46. Особенности функционирования ЦНС. Рефлекторная природа двигательной деятельности.

47. Роль белков в организме.

48. Роль углеводов в организме.

49. Роль жиров (липидов) в организме.

50. Водный обмен и минеральных веществ.

51. Витамины.

52. Энзимы и фитонциды.

53. Физиологические состояния организма при физической деятельности.

54. Физиологическая характеристика утомления и восстановления.

55. Физиологические механизмы и закономерности совершенствования систем организма под воздействием направленной физической тренировки.

56. Показатели тренированности организма.

57. Повышение уровня адаптации и устойчивости организма человека.

58. Биологические ритмы и работоспособность.

59. Понятие «здоровье». Влияние образа жизни на здоровье.

60. Содержательные характеристики составляющих ЗОЖ.

61. Физическая культура и спорт как средства сохранения и укрепления здоровья.

62. Основы здорового питания.

63. Гигиенические основы закаливания.

64. Влияние внешней среды и наследственности на здоровье.

65. Экогигиенические факторы и их влияние на здоровье и работоспособность.

66. Виды физической подготовки.

67. Средства физического воспитания.

68. Методы физического воспитания.



69. Методические принципы физического воспитания.

70. Сила и методика её развитие.

71. Быстрота и методика её развитие.

72. Планирование объема и интенсивности физических нагрузок занятий.

73. Определение понятия спорт.

74. Единая спортивная классификация.

75. Организационные особенности студенческого спорта.

76. Мотивационные варианты и обоснование индивидуального выбора вида спорта или систем физических упражнений.

77. Моральные принципы спорта.

78. История развития Олимпийского движения.

79. Олимпийские игры современности, их герои.

80. Организация самостоятельных занятий: формы, содержание.

81. Гигиена самостоятельных занятий.

82. Основные принципы оздоровительной тренировки.

83. Производственная физическая культура.

84. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры.

85. Роль личности руководителя во внедрении физической культуры в производственный коллектив.

Зачётные тесты для проведения промежуточной аттестации.

женщины мужчины

Упражнение	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Бег 100м (сек)	13.2	13.8	14.0	14.3	14.6	13.2	13.8	14.0	14.3	14.6
Бег 2000м (мин., сек)	10.30	10.50	11.30	12.30	13.00					
Бег 3000м (мин., сек)						12.30	13.00	13.30	14.30	15.30
Сгибание и разгибание рук в висе на перекладине (кол-во раз)						15	12	10	7	5
Подъем и опускание туловища из положения лежа, ноги закреплены, руки за головой (кол-во раз)	60	50	40	30	25					

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыка и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

Высокий уровень сформированности компетенций	Продвинутый уровень сформированности компетенций	Базовый уровень сформированности компетенций
Обучающийся на высоком уровне способен использовать методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья.	Обучающийся на среднем уровне способен использовать методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья.	Обучающийся на удовлетворительном уровне способен использовать методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 08.07.2023	Уджуху Ирина Анзауровна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 10.07.2023	Свечкарёв Виталий Геннадьевич
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.19 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-7.1 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни			
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	6		Физическая культура и спорт
123456	56		Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
УК-7.2 Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография
56	6		Физическая культура и спорт
123456	56		Элективные дисциплины по физической культуре и спорту

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности					
УК-7.1 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни					
Знать: нормы здорового образа жизни и требования к уровню физической	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тесты

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
подготовленности, обеспечивающему полноценную социальную и профессиональную деятельность.					
Уметь: использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личностных, жизненных целей.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья и физического самосовершенствования.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности					
УК-7.2 Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности					
Знать: требования к физическим качествам, предъявляемые профессией; иметь представление о предоставляемых физической культурой возможностях укрепления здоровья, совершенствования физических качеств, в том числе профессионально необходимых.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тесты
Уметь: оценивать свой уровень физической подготовленности на основе рекомендованных критериев, выявлять проблемы в сфере сформированности физических	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
качеств и ставить цели по совершенствованию собственной физической подготовленности.					
Владеть: основами оздоровительной физической культуры с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный перечень оценочных средств, их краткая характеристика и шкала оценивания

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Шкала оценивания
Текущий контроль успеваемости			
Тест	Тестом в физическом воспитании называется измерение или испытание, проводимое с целью определения состояния или способностей человека на данный момент. Эту информацию используют как основу для управления достижениями обучающихся. Тестирование двигательных возможностей человека помогает решению ряда сложных педагогических задач: выявлять уровни развития кондиционных и координационных способностей, оценивать качество технической и тактической подготовленности.	Фонд тестовых заданий	Пятибалльная шкала
Промежуточная аттестация			
Зачёт	Форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала практических и семинарских занятий по дисциплине.	Фонд тестовых заданий	Двухбалльная шкала

Контрольные тесты для оценки физической подготовленности студентов

(текущий контроль) *

Женщины

№	Тесты	Оценка в баллах				
		5	4	3	2	1
1	Бег 2 км (мин., сек)	10.15	10.50	11.15	11.50	12.15
2	Бег 1 км (мин., сек)	4.00	4.15	4.30	4.45	5.00
3	Бег 100 м (сек)	15.7	16.0	17.0	17.9	18.7
4	Прыжки через скакалку за 1 мин. – количество раз	190	170	150	130	100
5	Сгибание и разгибание рук в упоре на гимнастической скамейке	25	20	17	13	10
6	Прыжки в длину с места (см)	190	180	170	160	150
7	Подтягивание в висе лежа (перекладина на высоте 90 см) – количество раз	20	16	10	6	4
8	Подъем и опускание туловища из положения лежа, ноги закреплены, руки за головой - количество раз	60	50	40	30	25
9	Тест Купера (м)	2650	2160	1850	1500	1400

* для всех элективных дисциплин, кроме 06 – оздоровительная физическая культура

Мужчины

№	Тесты	Оценка в баллах				
		5	4	3	2	1
1	Бег 3 км (мин., сек.)	12.00	12.35	13.10	13.50	14.00
2	Бег 1 км (мин., сек.)	3.30	3.35	4.00	4.15	4.30
3	Бег 100 м (сек)	13.2	13.8	14.0	14.3	14.6
4	Прыжки в длину с места (см)	250	240	230	223	215
5	Сгибание и разгибание рук в висе на перекладине - количество раз	15	12	10	7	5

6	Сгибание и разгибание рук в упоре на брусьях - количество раз	15	12	9	7	5
7	В висе поднимание ног до касания перекладины - количество раз	10	7	5	3	2
8	Прыжки через скакалку за 1 мин. – количество раз	190	170	150	130	100
9	Тест Купера (м)	2800	2500	2000	1600	1500

* для всех элективных дисциплин, кроме 06 – оздоровительная физическая культура

Тесты для промежуточной аттестации

01 - общая физическая подготовка*

Контрольные упражнения	**Оценка в баллах**									
	женщины					**мужчины**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
Бег 100 м (сек)	13.2	13.8	14.0	14.3	14.6	13.2	13.8	14.0	14.3	14.6
Бег 2000 м (мин., сек)	10.30	10.50	11.30	12.30	13.00					
Бег 3000м (мин., сек)						12.30	13.00	13.30	14.30	15.30
Сгибание и разгибание рук в висе на перекладине (кол-во раз)						15	12	10	7	5
Подъем и опускание туловища из положения лежа, ноги закреплены, руки за головой (кол-во раз)	60	50	40	30	25					

* для всех элективных дисциплин кроме 06 – оздоровительная физическая культура.

02 - баскетбол

Контрольные упражнения	**Оценка в баллах**									
	женщины					**мужчины**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
1 курс										
1.Ведение мяча на 20 м (сек)	9,2	9,6	10,2	10,4	10,6	8,2	8,6	9,0	9,2	9,6

2.Штрафныеброски:10 бросков: количество попаданий	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2 курс										
1.Ведение мяча на 20 м (сек)	9,0	9,4	10,0	10,2	10,4	8,0	8,4	8,8	9,0	9,2
2. Штрафные броски: 10 бросков: количество попаданий	6	5	4	3	2	6	5	4	3	2
3 курс										
1.Ведение мяча на 20 м (сек)	9,0	9.2	9,8	9,6	10,2	7,8	8,2	8,8	9,0	9,2
2.Штрафные броски:10бросков: количество попаданий	7	6	5	4	3	7	6	5	4	3

03 - волейбол

Контрольные упражнения	**Оценка в баллах**									
	женщины					**мужчины**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
1 курс										
1.Подача, выполняется любым способом: 10 подач.	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2. Прием-передача мяча с партнером.	34	33	32	31	30	39	38	37	36	35
2 курс										
1.Подача: – верхняя прямая (юноши), нижняя прямая (девушки): 10 подач										

	6	5	4	3	2	6	5	4	3	2
2. Нападающий удар в паре 10 раз	8	7	6	5	4	7	6	5	4	3
3 курс										
1. Верхняя прямая подача:6 подач в заданную зону	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2. Нападающий удар в прыжке у сетки 10 раз	8	7	6	5	4	7	6	5	4	3

04 - минифутбол

Контрольные упражнения	**Оценка в баллах**									
	женщины					**мужчины**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
1 курс										
1.Ведение мяча на 30 м, обводка 5 стоек, через 6 м(сек)	11,2	11,6	12,2	12,4	12,6	9,2	9,6	10,2	10,4	10,6
2. Жонглирование мячом (кол-во раз)	40	35	30	25	20	50	40	35	30	25
2 курс										
1.Ведение мяча на 30 м, обводка 5 стоек, через 6 м (сек)	11,1	11,5	12,1	12,3	12,5	9,1	9,5	10,1	10,3	10,7
2. Жонглирование мячом (кол-во раз)	45	40	35	30	25	55	50	40	35	30
3 курс										
1.Ведение мяча на 30 м, обводка 5 стоек, через 6 м(сек)	11,0	11,4	12,0	12,2	12,4	9,0	9,4	10,0	10,2	10,6
2. Жонглирование мячом (кол-во раз)	50	45	40	35	30	60	55	50	40	35

05 - атлетическая гимнастика

Контрольные упражнения	Оценка в баллах									
	женщины					мужчины				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1 курс										
1.Упражнение «планка» (сек)	60	55	50	45	40	90	80	70	60	50
2. Содержание мышц в организме (%)	42	40	38	37	36	56	53	50	47	44
2курс										
1.Упражнение «планка» (сек)	90	80	70	60	50	120	110	100	90	80
2. Содержание мышц в организме (%)	43	41	39	38	37	57	54	51	48	45
3 курс										
1.Упражнение «планка» (сек)	120	110	100	90	80	180	170	160	1500	140
2. Содержание мышц в организме (%)	44	42	40	39	38	58	55	52	49	46

06 - оздоровительная физическая культура

Контрольные нормативы	Оценка в баллах									
	женщины					мужчины				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1 курс										

1. Тест Купера (м)	2000	1800	1500	1300	1000	2200	2000	1700	1500	1200
2. Проба Штанге (сек)	60	50	40	30	25	70	60	50	40	30
2 курс										
1. Тест Купера (м)	2000	1800	1500	1300	1000	2250	2050	1750	1550	1250
2. Проба Штанге (сек)	70	60	50	40	30	80	70	60	50	40
3 курс										
1. Тест Купера (м)	2000	1800	1500	1300	1000	2300	2100	1800	1600	1300
2. Проба Штанге (сек)	80	70	60	50	40	90	80	70	60	50

10- фитнес

Контрольные упражнения	**Оценка в баллах**									
	женщины					**мужчины**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
1 курс										
1 «Планка» (сек)	90	75	60	45	30	90	75	60	45	30
2. Лежа на животе, ноги закреплены, рукиза головой, удержание туловища под углом 25-30 градусов «Кобра» (сек)	105	75	50	40	30	105	75	50	40	30
3. Удержание прямого угла в приседе стоя у стены (сек.)	100	90	80	70	60	100	90	80	70	60
4. Комплексный силовой тест за 30 сек упор лежа - упор присев – встать (Берпи)	17	15	13	12	10	19	17	15	13	11

2 курс										
1. «Планка» (сек)	105	90	75	60	45	105	90	75	60	45
2. Лежа на животе, ноги закреплены, рукиза головой , удержание туловища под углом 25-30 градусов «Кобра» (сек)	120	105	75	50	40	120	90	75	50	40
3. Удержание прямого угла в приседании стоя у стены (сек.)	110	100	90	80	70	110	100	90	80	70
4. Комплексный силовой тест за 30 сек: упор лежа - упор присев –встать (Берпи)	18	16	14	13	11	21	19	17	15	12
3 курс										
1.«Планка» (сек)	120	105	90	75	60	120	105	90	75	60
2. Лежа на животе, ноги закреплены, рукиза головой , удержание туловища под углом 25-30 градусов «Кобра» (сек)	135	110	90	60	50	135	110	90	60	50
3. Удержание прямого угла в приседании стоя у стены (сек.)	120	110	100	90	80	120	110	100	90	80
4. Комплексный силовой тест за 30 сек: упор лежа -упор присев –встать (Берпи)	19	18	15	14	12	23	21	19	17	13

11-настольный теннис

Контрольные упражнения	**Оценка в баллах**									
	женщины					**мужчины**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
1 курс										
1. Игра ударами «накат» справа по диагонали стола 1-я серия	35	30	25	20	15	40	35	30	25	20
2.Игра ударами «накат» слева по диагонали стола 1-я серия	35	30	25	20	15	40	35	30	25	20
3.Подача справа с верхним вращением мяча (кол-во попаданий из 10 подач)	7	6	5	4	3	8	7	6	5	4

4. Подача слева с верхним вращением мяча (кол-во попаданий из 10 подач)	7	6	5	4	3	8	7	6	5	4
2 курс										
1. Игра ударами «накат» справа по диагонали стола 1-я серия	40	35	30	25	20	50	45	40	35	30
2. Игра ударами «накат» слева по диагонали стола 1-я серия	40	35	30	25	20	50	45	40	35	30
3. Подача справа с верхним вращением мяча (кол-во попаданий из 10 подач)	8	7	6	5	4	8	7	6	5	4
4. Подача слева с верхним вращением мяча (кол-во попаданий из 10 подач)	8	7	6	5	4	8	7	6	5	4
3 курс										
1. Игра ударами «накат» справа по диагонали стола 1-я серия	50	45	40	35	30	60	55	50	45	40
2. Игра ударами «накат» слева по диагонали стола 1-я серия	50	45	40	35	30	60	55	50	45	40
3. Подача справа с верхним вращением мяча (кол-во попаданий из 10 подач)	9	8	7	6	5	9	8	7	6	5
4. Подача слева с верхним вращением мяча (кол-во попаданий из 10 подач)	9	8	7	6	5	9	8	7	6	5

12-киберспорт

Контрольные упражнения	**Оценка в баллах**									
	женщины					**мужчины**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
1 курс										
Игра с компьютером в Fifa (2018-2023), уровень начальный, кол-во побед из 5-ти игр .	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2 курс										

Игра с компьютером в Fifa (2018-2023), уровень средний, кол-во побед из 5-ти игр	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3 курс										
Игра с компьютером в Fifa (2018-2023), уровень сложный, кол-во побед из 5-ти игр	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

Критерии выставления оценок при проведении текущего контроля,

промежуточной и итоговой аттестации

Критерии	**Оценка**	
	Зачтено	**Не зачтено**
Сдача тестов	Средняя оценка тестов не менее 2 баллов	Средняя оценка тестов менее 2 баллов
Посещаемость	Высокая	Менее 80% по неуважительной причине
Активность на практических занятиях	Высокая активность на практических занятиях	Пассивность на практических занятиях

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка знаний, умений, навыка и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

Высокий уровень сформированности компетенций	Продвинутый уровень сформированности компетенций	Базовый уровень сформированности компетенций
Обучающийся на высоком уровне способен использовать методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья.	Обучающийся на среднем уровне способен использовать методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья.	Обучающийся на удовлетворительном уровне способен использовать методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 08.07.2023	Уджуху Ирина Анзауровна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 10.07.2023	Свечкарёв Виталий Геннадьевич
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.20 Теория и практика рекламы и связей с общественностью*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ			
12	12		Теория и практика рекламы и связей с общественностью
7	7		Иностранный язык профессионального общения
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем			
12	12		Теория и практика рекламы и связей с общественностью
7	7		Иностранный язык профессионального общения
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп			
12	12		Теория и практика рекламы и связей с общественностью
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов			
12	12		Теория и практика рекламы и связей с общественностью
2	3		Основы медиапланирования
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности			
12	12		Теория и практика рекламы и связей с общественностью
34	34		Организация и

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
			планирование деятельности рекламных агентств
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом			
12	12		Теория и практика рекламы и связей с общественностью
34	34		Организация и планирование деятельности рекламных агентств
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	**удовлетворительно**	**хорошо**	**отлично**	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем					
ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ					
Знать: отличительные особенности медиатекстов,и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет, экзамен
Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками выбора медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем					
Знать: методы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет, экзамен
Уметь: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности					
ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп					
Знать: методы учета социологических данных и соотношения их с запросами и потребностями общества и отдельных	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
аудиторных групп;					
Уметь: выявлять методы сбора и учета социологических данных и соотношения их с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками сбора и учета социологических данных и соотношения их с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности					
ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов					
Знать: методы применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /групп общественности; отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в ходе рекламной деятельности;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками планирования, подготовки и реализации исследований запросов и потребностей целевой аудитории, необходимых для планирования и реализации	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
технологий рекламной деятельности					
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности					
ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности					
Знать: основы моделирования кризисных PR-кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: выявлять источники возникновения кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне; определять зоны рисков в публичных коммуникациях;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками моделировать кризисные PR-кампании в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности; правовой культурой в области профессиональной деятельности	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности					
ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом					
Знать: методы выполнения отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: осуществлять отбор информации,	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом					
Владеть: навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Реклама в системе рыночной экономики.

2. Роль рекламы в системе маркетинга и маркетинговых коммуникаций.

3. Основные коммуникационные характеристики рекламной деятельности.

4. Использование рекламы в избирательных кампаниях западных стран.

5. Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения товара. Реклама и паблик рилейшнз.

6. Мероприятия по стимулированию сбыта и их значение в рекламной деятельности.

7. Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения товара. Рекламное

дело и прямой маркетинг.

8. Реклама и жизненный цикл товара.

9. Маркетинговые исследования в рекламе.

10. Рекламное позиционирование товара.

11. Основные психологические механизмы рекламного воздействия.

12. Психология цвета и формы в рекламе.

13. Эффект внушения современной рекламы и ее суггестивные приемы.

14. Установки и стереотипы в рекламной практике.

15. Миф и символ в рекламе.

16. Реклама в периодической печати.

17. Виды печатной рекламной продукциии их характеристика.

18. Использование телеэфира для распространения рекламы.

19. Разработка телевизионной рекламы и этапы ее создания.

20. Особенности радио как средства распространения рекламы.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы:

1.Когда и где появились первые рекламные тексты, дошедшие до нас?

2. Почему открытие Иоганна Гуттенберга называют третьей информационное революцией?

3. Глашатаи и коробейники – это разные названия одной и той же профессии?

4.Когда и где появилось первое рекламное агентство?

5. Художественный плакат в творчестве Тулуза Лотрека.

6. Художественный плакат в творчестве Альфонса Мухи.

7. Исследуйте историю лубка в России.

8.В.В.Маяковский и реклама, что вы знаете об этой стороне творчества великого поэта?

9. Исследуйте историю развития плаката в России.

10. Купите несколько видов газет и журналов. Проанализируйте, каким изданиям соответствуют какие типы рекламы и в каком объеме.

11. Посмотрите внимательно в своем подъезде, есть ли там печатная реклама? Подумайте, почему ее часто называют «макулатурой».

12. Послушайте различные радиопрограммы, различаются ли они, в том числе рекламными сообщениями?

13. Подсчитайте, сколько времени уделяют рекламе ведущие телевизионные каналы в прайм-тайм?

14. Купите специализированное издание и проанализируйте, какие виды коммерческой рекламы используются в нем?

15. Проанализируйте фестивальные работы по социальной рекламе студентов старших курсов кафедры рекламы. В каких жанрах сделаны эти работы? Что объединяет их?

16. Обратите внимание на наружные плакаты в районе или городе, в котором вы живете, приведите примеры государственной, политической, территориальной рекламы.

17. Сделайте себе саморекламу, используя различные жанры.

18. После поездки в метро, автобусе или другом виде транспорта, расскажите, какие виды транспортной рекламы вам встретились.

19. Принесите в аудиторию и покажите образцы или фото понравившейся вам рекламы.

20. Сделайте самостоятельный рекламный продукт для фестиваля рекламы (плакат, аудио-ролик, видеоролик, Интернет-рекламу и т.д.) на волнующую вас социальную тему.

21. Разработайте фирменный стиль для будущего вашего собственного рекламного агентства.

22. Приучите себя в свободное время придумывать рекламные слоганы.

23. Примерьте на себя различные роли участников рекламного процесса. Какая из них, на ваш взгляд, подойдет вам в недалеком будущем?

24. Приведите примеры успешных, на ваш взгляд, рекламных кампаний.

25. Подготовьте для фестиваля социальных медиапроектов комплексный социальный проект.

26. Сравните историю рекламы и связей с общественностью.

27. Назовите глобальные тенденции развития рекламы в современном мире.

Тестовые задания

1 Какой орган власти осуществляет контроль над рекламной деятельностью в РФ?

1 Федеральная антимонопольная служба

2 Министерство торговли

3 Роспотребнадзор

2 Кто является источником информации для разработки рекламного сообщения?

1 Креативный директор

2 Рекламопроизводитель

3 Рекламодатель

3. С каким из приведенных ниже определений Вы не согласны?

1 Реклама – способ манипулирования поведением потребителей

2 Реклама – вид социальной коммуникации

3 Реклама – часть системы маркетинговых коммуникаций

4 В каком из вариантов система целей бизнеса представлена правильно?

1 Маркетинговые цели→ Цели маркетинговых коммуникаций→ Главные фирменные цели

2 Главные фирменные цели→ Цели маркетинговых коммуникаций→ Маркетинговые цели

3 Главные фирменные цели → Маркетинговые цели → Цели маркетинговых коммуникаций

5 С каким из приведенных ниже суждений вы согласны?

1 Позиционировать товар – это значит четко раскрыть его конкурентные особенности.

2 Позиционировать товар – это значит обеспечить ему четко отличное от других место в сознании потребителей данного сегмента рынка.

3 Позиционировать товар – это значит обеспечить ему четкое запоминание с помощью рекламной кампании.

6 На какую сферу не распространяется действие Федерального закона «О рекламе»?

1 На социальную рекламу

2 На рекламу о проведении стимулирующих мероприятий

3 На политическую рекламу

7 В каком из вариантов элементы рекламной деятельности расположены в логической последовательности?

1 Стратегическое планирование→ Тактические решения → Исследования → Создание рекламы

2 Исследования → Стратегическое планирование → Тактические решения → Создание рекламы

3 Исследования→ Тактические решения→ Стратегическое планирование→ Создание рекламы

8 Выберите правильный вариант ответа Недостоверной признается реклама, которая

1 содержит не соответствующие действительности сведения о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара

2 порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента

3 использует непристойные и оскорбительные образы

9 В каком из вариантов эффекты рекламы расположены в логической последовательности? Выберите правильный вариант ответа.

1 Потенциальный контакт. Подтвержденный контакт. Осведомленность. Убежденность. Знание. Симпатия. Предпочтение . Действие.

2 Потенциальный контакт. Подтвержденный контакт. Осведомленность. Знание. Предпочтение . Симпатия. Убежденность. Действие.

3 Потенциальный контакт. Подтвержденный контакт. Осведомленность. Знание. Симпатия. Предпочтение . Убежденность. Действие.

10 Какова общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы?

1 Продолжительность рекламы не может превышать пятнадцать минут в течении часа

2 Продолжительность рекламы не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течении часа

3 Продолжительность рекламы не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течении суток

11 В каком из вариантов показатели экономической эффективности рекламной кампании сформулированы правильно?

1•объем прироста объема сбыта, достигнутый в период проведения рекламной кампании; •отношение прироста объема продаж товара, достигнутого за счет рекламной кампании, к сумме затрат на его рекламу; •отношение прироста прибыли, полученной в результате рекламной кампании, к сумме рекламных затрат конкурентов.

2 •объем прироста объема сбыта, достигнутый в результате рекламной кампании за определенный период; •отношение прироста объема продаж товара, достигнутого за счет рекламной кампании, к сумме затрат на его рекламу; •отношение прироста прибыли, полученной в результате рекламной кампании, к сумме рекламных затрат.

3•объем прироста объема сбыта, достигнутый в результате рекламной кампании за определенный период; •отношение прироста объема продаж товара, достигнутого за счет рекламной кампании, к сумме затрат на изготовление рекламной продукции; •отношение прибыли, полученной в результате рекламной кампании, к сумме затрат на размещение рекламных продуктов в СМИ.

12 Какое определение социальной рекламы вы считаете наиболее точным? Выберите правильный вариант ответа?

1 Социальная реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, направленная на достижение целей гражданского общества, а также интересов государства.

2 Социальная реклама – информация, распространяемая любыми средствами массовой информации, в любой форме и с использованием любых средств, направленная на достижение благотворительных и иных общественно-полезных целей, а также интересов государства.

3 Социальная реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, направленная на достижение благотворительных и иных общественно-полезных целей, а также интересов государства

13 В каком из вариантов этапы маркетингового исследования изложены правильно?



1 разработка программы исследования → анализ первичной информации → классификация первичной информации → подготовка отчетов→ анализ отчетов.

2 разработка программы исследования → сбор первичной информации → обработка первичной информации → анализ данных, полученных при обработке → подготовка отчетов.

3 разработка программы исследования → обработка первичной информации → анализ данных, полученных при обработке → подготовка отчетов → анализ отчетов.

14 Какое определение спонсорской рекламы вы считаете наиболее точным? Выберите правильный вариант ответа?

1 Спонсорская реклама – реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней заслуг (достоинств) определенного физического или юридического лица.

2 Спонсорская реклама – реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице, как о спонсоре.

3 Спонсорская реклама – реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном вкладе спонсора в производство товара (услуги).

15 Выберите правильный вариант ответа Недобросовестной признается реклама, которая

1 содержит несоответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед другими товарами

2 содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с другими товарами

3 имеет сходство с дорожными знаками

16. PR-это использование информации для влияния на:

1.общественное мнение

2. государственные органы власти

3. средства массовой информации

4. покупателей

17. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается

элементом цивилизованных отношений власти и общества?

1. с начала XVIII века

2. с начала XIX века

3.с начала XX века

4. с начала XXI века

18. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

1.информация

2. законодательные акты

3. коммерческие организации

4. подручные средства.

19. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

1. Деном Форрестолом

2.Томасом Джефферсоном

3. Джоржем Бушем младшим

4. Семом Блейком

20. Что является главной целью PR?

1.изменение общественного мнения

2. повышение уровня продаж

3. доведение информации до потребителей

4. повышение рейтинга компании

21. Что является объектом PR?

1.средства массовой информации

2. общество

3.информация

4. коммерческие организации

22. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?

1. религиозные организации

2.общество

3. органы государственной власти

4. бизнес организации

23. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:

1. формирование имиджа

2. изучение общественного мнения

3. анализ экономический деятельности предприятия

4.исследование отношений в организации

24. Какая модель информационной политики не существует:

1. тоталитарная

2.релятивисткая

3. дисциплинарная

4. диалоговая

25. Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?

1. формирование общенациональных ценностей

2. модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры

3. удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения

4.создание новых рабочих мест

26. Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции?

1. определение проблемы

2. планирование программы

3.оценка программы

4. интерпретация общественного мнения

5. осуществление коммуникаций

27. PR – это (выберите единственное верное определение)

1. оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга.

2. формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность

3.особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью

4. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации

28. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:

1. средства связи

2.средства массовой информации



3. службы PR

4. общественность

29. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации:

1. телевидение

2.филиалы организации на местах

3. телеграфное агентство

4. радио

30. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:

1. новостной релиз

2. пресс-релиз

3.стрингер

4. медиа-кит

31. Что из перечисленного ниже не является видом размещения PR информации на радио:

1. радиожурнал

2. радиопередача

3.радиоприем

4. новостная программа

32. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации

1. Телевидение

2. Радио

3.Пресса

4. Интернет

33. Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью

1. Кодекс ИПРА (IPRA)

2. Кодекс этики государственных служащих

3.Трудовой кодекс

4. Гражданский кодекс

5. Административный кодекс

34. Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов"

1. финансовые

2. материальные

3.этические

4. гражданские

35 . В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?

1.Существуют в виде кодексов профессионального поведения

2. Существуют в виде государственных стандартов качества

3. Существуют в виде законодательно установленных правил

36. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?

1. Планирование PR кампании.

2. Анализ целевой аудитории

3. Определение PR проблемы

4.Анализ эффективности результатов PR кампании

37. PR-кампания-это:

1. компания PR специалистов

2.комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы

3. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения

4. заседание совета журналистов

Вопросы к зачету

1.Развитие рекламы в античном обществе.

2.История развития рекламы в Западной Европе.

3.История рекламы в Северо-Американских колониях.

4.История рекламы в России.

5. Современное состояние рекламы в мире.

6. Определения рекламы с точки зрения разных подходов к пониманию рекламы.

7. Классификация отдельных типов и видов рекламы.

8.Коммерческая реклама и ее основные виды.

9.Основные типы некоммерческой рекламы. Социальная реклама.

10. Основные типы некоммерческой рекламы. Политическая реклама.

11. Основные типы некоммерческой рекламы. Реклама территорий.

12. Основные типы некоммерческой рекламы. Личностная реклама.

13. Теория коммуникаций и реклама.

14.Реклама как тип социальных коммуникаций.

15. Социально-психологические основы рекламы.

16. Психология потребительской мотивации поведения покупателя.

17. Маркетинг и основные элементы комплекса маркетинга.

18. Определение и характеристика системы маркетинговых коммуникаций.

19. Основные функции рекламы как средства маркетинговых коммуникаций.

20. Реклама и связи с общественностью.

21. Реклама и фирменные идентифицирующие маркетинговые коммуникации.

22. Корпоративная идентификация и фирменный стиль.

23. Фирменный стиль и его элементы.

24.Разработка товарного знака.

25.Роль рекламы в бренд-менеджменте.

26.Роль рекламы в позиционировании.

27.Понятие рекламного обращения, этапы и технологии его разработки.

28.Содержание, форма и структура рекламного обращения.

Вопросы к экзамену

1. Определения рекламы с точки зрения разных подходов к пониманию рекламы.

2. Классификация отдельных типов и видов рекламы.

3. Коммерческая реклама и ее основные виды.

4. Основные типы некоммерческой рекламы.

5. Реклама как тип социальных коммуникаций.

6. Социально-психологические основы рекламы.

7. Психология потребительской мотивации поведения покупателя.

8. Маркетинг и основные элементы комплекса маркетинга.

9. Понятие и сущность паблик рилейшнз.

10. Цели, задачи и функции связей с общественностью.

11. Отличие ПР-коммуникации от других видов коммуникаций, в том числе рекламы.

12. ПР, как эффективный инструмент маркетинговой политики компании.

13. Связи с общественностью как особая сфера профессиональной деятельности.

14. Концепция "корпоративной социальной ответственности».

15. Императив информационной открытости современной корпоративной политики.

16. «Пиар» как наука и искусство.

17. Эволюция представлений о соотношении концептуальных и прикладных составляющих профессии.

18. Социологические и психологические модели организационных коммуникаций. Ситуационная теория общественности.

19. Стратегические корпоративные коммуникации (внутренние и внешние).

20. «Продуктовый пиар» корпораций.

21. Поддержание отношений с властными органами.

22. Связи с общественностью в финансовой сфере.

23. Технологии «медиа рилейшнз». Волонтерство и фандрайзинг.

24. Спонсорские проекты. Цифровые коммуникации. Кризисное реагирование.

25. Корпоративные айдентики: бренд-платформа, ее константы.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы. Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата: «отлично» Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы. «хорошо» Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы. «удовлетвори-тельно» Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы. «неудовлетво-рительно» Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение. **Критерии оценивания реферата:**	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением

	дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Оценка «отлично» ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, обнаруживает максимально глубокое знание профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры. Обнаруживает аналитический подход в освещении различных концепций. Делает содержательные выводы. Демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебного методического комплекса и дополнительных источников информации.

Оценка «хорошо» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры, однако наблюдается некоторая непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика. Демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебного методического комплекса и дополнительных источников информации.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументируются. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры отсутствуют.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных ошибок. Оценка «неудовлетворительно» ставится также при отказе от ответа, или если представленный ответ полностью не по существу



содержащихся в экзаменационном задании вопросов.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Галинская Наталья Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.21 Основы медиапланирования*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тесты по Основам медиапланирования

Базовый уровень сложности:

1. Тактическое медиапланирование – это……

a) составление медиапланов

b) часть маркетинга, которая обеспечивает контакт целевой аудитории с

рекламным сообщением

c) составление расписаний показов рекламных материалов

d) разработка медиарешений на каждом отдельном промежутке рекламной

кампании



2. Стратегическое медиапланирование – это……

a) составление медиапланов

b) часть маркетинга, которая обеспечивает контакт целевой аудитории с

рекламным сообщением

c) составление расписаний показов рекламных материалов

d) разработка медиарешений на каждом отдельном промежутке рекламной

кампании

3. Медиаплан - это……

a) подробный документ, регламентирующий сроки проведения рекламной

кампании

b) точное описание параметров рекламной кампании

c) прогноз результата по платным рекламным инструментам

d) подбор оптимальных каналов размещения рекламы и расписание показов

рекламных материалов — для достижения максимальной эффективности

рекламной кампании

4. Медиабриф – это…..

a) краткая письменная форма, техническое задание рекламодателя

(заказчика) создателю рекламной кампании

b) данные для медиаплана, определяемые в самом начале разработки

стратегии и включающие сведения о сроках и географическом регионе

проведения рекламной кампании, имеющемся бюджете, целевой

аудитории и др.

c) документ, помогающий компании правильно поставить задачу по

разработке рекламного сообщения или образа товара, создание

рекламного продукта (ролика, плаката и т. п.)

5. Креативный бриф – это…..

a) краткая письменная форма, техническое задание рекламодателя (заказчика)

создателю рекламной кампании

2

b) данные для медиаплана, определяемые в самом начале разработки стратегии

и включающие сведения о сроках и географическом регионе проведения

рекламной кампании, имеющемся бюджете, целевой аудитории и др.

c) документ, помогающий компании правильно поставить задачу по

разработке рекламного сообщения или образа товара, создание рекламного

продукта (ролика, плаката и т. п.)

6. Распределите перечисленные справа характеристики таким образом,

чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева:

A) Медипланированиеа) A) Краткое конспективное изложение основных

значимых характеристик предстоящей рекламной

кампании (сведения о сроках и географическом

регионе проведения рекламной кампании, имеющемся

бюджете, целевой аудитории и др.)

Б) Медиаплан Б) Размещение рекламного сообщения в средствах

распространения рекламы, эффективность которого

измеряется полнотой достижения поставленных перед

рекламой целей, при минимальных расходах на

размещение.

В) Медиастрагия В) Документ, который включает в себя отбор

носителей для доведения рекламного обращения до

целевых рынков, принятие решений о том, какие

именно носители закупать и сколько тратить на

каждый из них, график размещения рекламы и

определение способов ее публикации.

Г) Медиабриф Г) Пути достижения целей медипланирования

Д) Процесс получения данных о числе, структуре

целевой аудитории, предоставляемых конкретными

СМИ в определенном месте и в определенное время.

7. Распределите перечисленные справа виды медиастратегий таким

образом, чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева:

А) Стратегия

непрерывности

А) Интенсивность рекламной кампании постоянна и

не меняется с течением времени

Б) Стратегия смешанных

СМИ

Б) Наряду с рекламой используются другие средства

маркетинговой коммуникации (PR, прямой

маркетинг, мероприятия по стимулированию сбыта)

В) Стратегия смешанных В) Рекламный бюджет распределяется между

3

СМК несколькими медианосителями, использование

которых предусмотрено планом рекламной

кампании

Г) Стратегия рывка Г) Более высокая активность на первом этапе

чередуется с периодами более низкой активности на

последующих этапах рекламной кампании

Д) Происходит чередование периодов рекламной

активности и ее полного отсутствия.

8. Какой из указанных терминов относится к стоимостным

характеристикам медиаплана?

a) Reach;

b) CPP;

c) GRP;

d) Fraquency

9. Какой из терминов, указанных ниже, определяется как «сумма

рейтингов, всех размещений рекламы, предусмотренных в медиаплане»

a) GRP;

b) Share;

c) Frequency;

d) Reach

10. Какой из терминов, указанных ниже, определяется как «стоимость 1

пункта рейтинга»:

a) Affinity

b) CPP

c) GRP

d) Reach

11. начение какого индекса >100 означает, что данную группу можно

считать целевой для данного издания?

12. Какой показатель соответствует стоимости 1000 контактов с

рекламным сообщением?

13. Количество рекламных объявлений, которое в среднем увидит

каждый человек из охваченной части целевой группы – это показатель ….

4

14. Сумма рейтингов всех выходов рекламных сообщений в рамках

данной рекламной кампании – это показатель….

15. Какая из указанных медиастратегий при проведении рекламной

кампании предполагает использование нескольких видов маркетинговых

коммуникаций?

a) Mix communication (стратегия ИМК);

b) Mix-media (стратегия смешанных средств массовой коммуникации);

16. Термин, обозначающий общее количество домохозяйств смотревших

телевизор в рассматриваемый период времени – это показатель ….

17. Потенциальной аудиторией телеканала называется аудитория:

a) Всех домохозяйств данного региона, имеющих телеприемники независимо

от того включены они или нет;

b) Всех домохозяйств данного региона, в которых включены телеприемники;

c) Всех домохозяйств данного региона, смотрящая в данный момент

телеприемники;

d) Вся целевая аудитория данной рекламы

18. Какой показатель означает «Возможность увидеть», то есть

количество раз, которое данное рекламное сообщение потенциально могло

быть увиденным (воспринятым)?

19. Какой показатель означает количество людей, видевших рекламу в

рамках одной рекламной компании?

20. Прибор, используемый исследовательской компанией TNS,

позволяющий регистрировать просмотр телевизора каждым из членов

телевизионной панели, называется ….

21. Как называется часть населения, отобранная для проведения

маркетингового исследования, которая должна представлять все

население в целом?

22. Генеральная совокупность - это...

5

a) группа населения, из которой производится выборка респондентов для

исследования и на которую распространяются данные исследования;

b) население всей страны в целом;

c) население отдельного региона, конкретного города;

d) специфическая группа населения, обладающая определенными социальнодемографическими параметрами

23. Распределите перечисленные справа определения таким образом,

чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева:

A. Потенциальная аудитория a) лица, отобранные специальным

образом для проведения опроса

B. Панель (Panel) b) все население, проживающее в

тех населенных пунктах, где

существует техническая

возможность приема того или

иного телеканала

C. Респонденты c) вид исследования, которое

проходит в течение некоторого

времени на неизменной выборке

респондентов

24. Назовите показатель, который означает процент зрителей

передачи/станции среди всех смотрящих телевизор в рассматриваемый

момент времени или процент слушателей станции среди всех слушающих

радио в рассматриваемый момент времени.

25. Наиболее активное время телесмотрения в период суток называется

_____ . В России, на телевидении обычно телевизионная часть дня с 19:00

до 24:00. На радио бывает утренний, дневной и пр.

26. Человек, который находится в комнате с включенным телевизором

называется _____

Примерный перечень вопросов к зачету 1. . Цели и задачи медиапланирования. 2. Методы исследования аудитории прессы. 3. Методы исследования аудитории телевидения. 4. Методы

исследования аудитории радио. 5. Характеристика основных субъектов рынка рекламы в СМИ 6. Понятие рейтинга, его расчет, факторы, влияющие на его величину. 7. Показатель «доля аудитории передачи», его расчет. 8. Отличие показателя доли и рейтинга. 9. Значение показателя «доля аудитории в данный момент времени». 10. Показатель «количество контактов», его расчет. 11. Значение показателя «охват аудитории». 12. Расчет показателя «средняя частота контактов». 13. Ценообразование на рекламное время в СМИ. 14. Наценки и скидки на стоимость рекламного времени в СМИ. 15. Понятие целевой аудитории. 16. Описание целевой аудитории. 17.Структура медиаплана. 18. Методы формирования рекламного бюджета. 19. Оценка рекламной деятельности конкурентов. 20. Показатель «сумма рейтингов». 21. Расчет показателей «стоимость одного пункта рейтинга», «стоимость за 1000 контактов», их взаимосвязь. 22. Методы определения рекламного бюджета. 23. Показатель «индекс соответствия», его значение и практическое применение. 24.Выбор рекламных носителей. 25. Оптимизация медиаплана. 26.Виды охватов при рекламе новых товаров. 27.Виды охватов при рекламе существующих охватов. 28.Теории эффективной частоты. 29. Понятие медиастратегии. Современные прикладные программные продукты для медиапланирования

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Основные принципы тестирования, следующие: − связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки; − объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений; − справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений; − систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста; - гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам; Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта. Критерии оценки знаний при проведении тестирования Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий; Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий; Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий; Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий. Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации. Критерии оценки знаний студентов на экзамене Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание. Критерии выставления оценок при проведении экзамена: Критерии выставления оценок при проведении экзамена: : «отлично» Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими



видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок. «хорошо» Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий. «удовлетворительно» Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий. «неудовлетворительно» Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Сабанокова Сусанна Хазретовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.22 Основы теории коммуникации*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	9		Преддипломная практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки					
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ					
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, экзамен
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.					
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, экзамен
Уметь: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.					
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
выступлений.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, экзамен
Уметь: вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка					
Уметь: - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официальные-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.					
Знать: этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, экзамен
Уметь: осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы



Темы рефератов:

1. Развитие средств коммуникации в процессе становления общества.
2. Развитие технических средств коммуникации.
3. Проблема коммуникации в античной культуре
4. Коммуникативная проблематика в христианской культуре.
5. Проблема коммуникации в эпоху Возрождения и Новое время.
6. Философские подходы к построению теории коммуникации.
7. Семиотика и теория Ч. Пирса.
8. Критика коммуникации Ф. Ницше.
9. Проблемы коммуникации в экзистенциализме
10. Коммуникативное поведение подростка
11. Русское коммуникативное поведение. 13 Коммуникативные аспекты толерантности
12. Философско-методологические основы герменевтики.
13. Вежливость как коммуникативная категория..
14. Онтологическое направление в герменевтике – М. Хайдеггер
15. Герменевтические идеи Г.Г. Гадамера.
16. Проблемы коммуникации в аналитической философии
17. логический позитивизм Б. Рассела.
18. Коммуникативные проблемы в лингвистической философии (Л. Витгенштейн).
19. «Обыденный язык» Дж. Остина.
20. Семиотика и теория Ч. Морриса.
21. Значение коммуникации в современном обществе у Ю. Хабермаса
22. Технократический подход к изучению коммуникации.
23. Теория информационного общества.
24. Особенности коммуникативного поведения старшеклассников
25. Математическая теория коммуникации К. Шеннона.
26. Интеракционный подход теории коммуникации
27. Интеракционистский культурологический подход к изучению коммуникации.
28. Теория межкультурного содержания коммуникации

29. Теория рекламы в коммуникации

30. Коммуникативное поведение в группах.

31. Коммуникативное поведение военнослужащих.

32. Теория кризисных коммуникаций.

33. Лингвистические подходы к изучению теории коммуникации.

34. Структурная лингвистка Ф. де Соссюра

35. Социолингвистический подход в теории коммуникации.

36. Теории массовой коммуникации

37. Основные методы теории коммуникаций

38. Различия в коммуникативных способностях человека и животных

39. «Лингвистический поворот» в философии XX в.

40. Вклад немецкой классической философии в развитие теории коммуникаций.

41. Становление информационно-коммуникативного общества в России.

42. Информационная концепция коммуникации

43. Понятие НКО, СО НКО, НКО – поставщики услуг в социальной сфере, НКО – исполнители общественно полезных услуг, примеры.

44. Организационно-правовые формы НКО.

45. Количественные характеристики сектора негосударственных некоммерческих организаций в России.

46. Примеры добровольных объединений граждан в истории России.

47. Примеры форм добровольных объединений граждан за рубежом.

48. Волонтерство как практика гражданского общества: понятие и явление.

49. Исторические корни добровольческой деятельности в России.

50. Современные формы и направления волонтерской деятельности.

51. Масштабы участия россиян в волонтерской деятельности.

52. Примеры развития волонтерских практик за рубежом.

53. Нормативно-правовое регулирование деятельности НКО, включая социально ориентированные организации.

54. Нормативно-правовая база добровольчества (волонтерства) в России.

55. Основные направления государственной политики в области содействия развитию институтов гражданского общества, в том числе добровольчества (волонтерства) и СОНКО.

56. Формы государственной поддержки добровольчества (волонтерства) и СОНКО.

57. Инфраструктура развития волонтерской деятельности и СОНКО

58. Организационные структуры НКО.

59. Виды, уровни и органы управления в НКО.

60. Особенности функционирования СОНКО, отличия от государственных организаций и коммерческих компаний.

Тестовые задания

1. Коммуникации соответствует определение:

1) это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию;

2) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений;

3) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений;

4) это средства доведения информации до целевой аудитории;

5) это общие добровольные действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении).

2. Контекст коммуникативного процесса соответствует:

1) системе построения коммуникативного процесса с учетом известных или близких для получателя компонентов сообщения;

2) системе построения коммуникативного процесса с учетом социально-экономических характеристик получателя сообщения: статуса, доходов, уровня образования и т. д.;

3) системе построения коммуникативного процесса с учетом психологических характеристик получателя сообщения;

4) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении узнаваемых образов, мотивов, историй, созданных уже ранее в конкретном произведении;

5) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении архетипических символов, образов, знаков.

3. Автором концепции «вещественной коммуникации», основу которой составляют исследование социальногодискурсакак языка красок, субстанций, объемов и пространства, является:

1) Ж. Деррида;

2) Ж. Бодрийяр;

3) М. Фуко;

4) У. Эко;

5) Ю. Лотман.

4. Характерные признаки какого этапа истории коммуникации перечислены ниже:

1) письменность;

2) социальнаядифференциацияобщества по принципу грамотность / неграмотность;

3) книгопечатание и полиграфическая революция;

4) урбанизация общества;

5) формирование национальных библиотек.

5. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные характеристики:

1) основной функцией коммуникативной модели в организации является пропаганда: самой организации, ее продукции или услуг;

2) целью является привлечение одностороннего внимания, коммуникации ориентированы в основном на те группы общественности, которые определяют существование и эффективность организации;

3) информационная модель является сбалансированной, т. е. направлена на попытки организации изменить общественность. Организация рассматривается как источник, а общественность как потребитель информации;

4) поскольку принцип «обратной связи» не учитывается, то исследования общественного мнения не имеют принципиального значения;

5) примерами подобной модели могут быть продвижение продукта, спонсирование театральных постановок, рекламированиекоммерческой организации, банка…

6. Коммуникантом является:

1) группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач;

2) получатель сообщения в коммуникационном процессе;

3) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений;

4) специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану;

5) специалист, в задачу которого входит продуцирование творческих идей, общее руководство творческим или информационно-аналитическим отделом.

7. Невербальными коммуникациями называют:

1) коммуникации посредством визуального текста;

2) коммуникации посредством устного слова;

3) коммуникации посредством жеста и слова;

4) коммуникации посредством письменной речи;

5) коммуникации посредством визуального и пластического текста.

8. Межличностной коммуникацией называют:

1) адекватноевзаимопониманиедвух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам;

2) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между группой и отдельным человеком, группой и группой;

3) коммуникацию, в которой принимает участие двое людей;

4) коммуникацию, осуществляемую между людьми с помощью различных средств, в том числе и масс-медиа;

5) коммуникацию, осуществляемую личностью с самой собой («размышления вслух или «про себя», «внутренний монолог»).

9. Какой исторический этап развития коммуникации в социуме характеризуется следующими чертами:

1) все члены общины выступают в роли и коммуникантов, и реципиентов;

2) для передачи смысловых сообщений используется четыре исходных канала;

3) никаких коммуникационных служб нет;

4) синкретичность (слитность) вербальных, музыкальных, иконических каналов в языческих ритуальных священнодействиях;

5) обожествление слова.

10. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

1) функции этой модели PR соотносятся с предоставлением общественности наиболее полной и точной информации об организации;

2) это односторонние коммуникации, и пиарщики играют роль «собственных корреспондентов». Но при этом, они стремятся учитывать интересы обеих сторон, поэтому общественное мнение имеет важное значение;

3) информационная модель является сбалансированной, т. е. стремится осуществить коррекциивзаимоотношениймежду организацией и ее общественностью. Но при этом организация продолжает рассматриваться как источник, а общественность как потребитель информации;

4) исследования общественного мнения носят незначительный характер, и соотносятся, в основном, с анализом процессов аудиторного восприятия (т. е. исследуются технологические вопросы, например, процессы восприятия информации);

5) используется государственными учреждениями, общественно-политическими

организациями, ассоциациями и некоммерческими структурами.

11. Гипертексту соответствует определение:

1) линейный способ создания сообщения, использующий знаки письменного сообщения;

2) нелинейный способ создания сообщения, использующий различные виды коммуникации (слово, картинку, звук и др.);

3) последовательность осмысленных высказываний, передающих информацию, объединенных общей темой;

4) гиперриторический способ построения сообщения, главная задача которого описание другого текста;

5) способ создания сообщения, состоящий в том, что текст строится из цитат и реминисценций к другим текстам.

12. Коммуникатором является:

1) специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуальные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы;

2) человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам;

3) лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач;

4) отправитель сообщения в коммуникационном процессе;

5) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений.

13. Социокультурный подход к мифологической модели коммуникации как основе единства общества, «составной части человеческой цивилизации… матрице социального порядка и своду примеров нравственного поведения» характерен для:

1) К. Леви-Строса;

3) Б. Малиновского;

4) Р. Барта;

5) А. Лосева.

14. В коммуникативном процессе убеждению соответствует стадия:

1) восприятие изменения, т. е. готовности подчиниться т. з. отправителя сообщения;

2) обеспечение надлежащей интерпретации;

3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;

4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;

5) обеспечение приема соответствующего сообщения.

15. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

1) основная функция модели состоит в том, чтобы защищать интересы организации. Поэтому именно научное убеждение (факты, доказательства, объяснения и т. д.) является основой коммуникативной деятельности;

2) это двусторонние коммуникации, отличающиеся несбалансированным характером. Информационное взаимодействие направлено на то, чтобы заставить общественность согласиться с мнением организации;

3) информационная модель использует принцип «обратной связи», но только для манипуляционных целей, отвечающим потребностям организации;

4) исследования носят оценочный характер. Их главные задачи состоят в том, чтобы определить отношение общественности к организации, и укрепить позитивное отношение в ее пользу;

5) примерами использования подобной модели могут быть коммерческие фирмы.

16. Аудиторией коммуникации является:

1) группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них;

2) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и находящихся в прямом взаимодействии друг с другом;

3) специально организованная группа людей, единение которых определяется и закрепляется коллективными действиями;

4) группа людей, которые получают информационные обращения;

5) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и получающих направленные информационные сообщения.

17. Представителем семиотики, предложившим ввести в классическую семиотическую модель коммуникации понятие «лексикодов», является:

1) Ю. Лотман;

2) К. Леви-Строс;

3) Р. Барт;

4) У. Эко;

5) Р. Якобсон.

18. Прагматика языка означает:

1) наука, изучающая соотношение между знаком и его смыслом;

2) наука, изучающая соотношение знаков друг с другом;

3) наука, изучающая соотношение знаков и их пользователей в конкретной коммуникативной ситуации;

4) наука, изучающая смысл коммуникативного сообщения, с точки зрения процессов управления;

5) наука, изучающая многозначность сообщения в конкретной коммуникативной ситуации.

19. Какую коммуникативную культуру определяют перечисленные особенности:

1) замена линейного текста нелинейным гипертекстом;

2) информационное общество;

3) проблема соотношения естественного и искусственного интеллектов (человек – компьютер);

4) социальная информация как ключевой экономический ресурс;

5) либерально-демократическая политическая ориентация общества.

20. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

1) функция двусторонней симметричной модели заключается в установлении взаимопонимания между организацией и общественностью;

2) имеет двусторонний сбалансированный характер, корректируя взаимоотношения между организацией и влияющей на нее общественностью;

3) информационная модель стремится установить такие отношения, которые были бы приемлемыми для обеих сторон. Поэтому появляется новый принцип информационного взаимодействия: обе стороны воспринимаются как группы, достигшие взаимного соглашения;

4) оценочная природа исследований соотносится с серьезным анализом общественного мнения, результаты которого в значительной степени корректируют деятельность организации;

5) примерами реализации подобной модели PR могут быть бизнес-агентства, деятельность которых определяется государством.

Задания к контрольной работе по дисциплине «Основы теории коммуникации»

Таблица выбора вариантов контрольной работы Последняя цифра в номере зачетной книжки студента	Номера вариантов контрольных работ
1	Вариант 1
2	Вариант 2
3	Вариант 3
4	Вариант 4

5	Вариант 5
6	Вариант 6
7	Вариант 7
8	Вариант 8
9	Вариант 9
0	Вариант 10

Вариант 1.

Задание 1. В теории коммуникации существует проблема, связанная с многозначностью понятий “коммуникация” и “общение”. Довольно часто и в обыденной жизни мы используем эти понятия как синонимы. Как эта проблема решается в научном плане в современной теории коммуникации? Как соотносятся между собой эти понятия с точки зрения трехуровневой структуры коммуникативного знания? Какие другие понятия являются базовыми в современной коммуникативистике?

Задание 2. Вы оказались на ежегодной выставке новых автомобилей одной из известных фирм. Сформулируйте свой вариант сценария данного события и сделайте его коммуникационный анализ, основываясь на представлениях современной теории об основных составляющих коммуникативного процесса. **Тестовое задание:**

1.*Обведите кружком или напишите номер правильного ответа.*

Коммуникация как универсальное понятие - это:

а) взаимодействие между людьми

б) взаимодействие между животными

в) технические средства связи

г) все виды информационного обмена в природе и обществе.

2. **В результате завершения антропогенеза:**

а) сформировался механизм подражания и имитации

б) люди стали использовать огонь для приготовления пищи

в) язык стал основным средством общения и передачи информации

г) возникла письменность.

3. **В рамках технократического подхода и в теориях трансмиссии исходным понятием для определения категории коммуникации берется понятие:**

а) информация

б) обмен

в) интерпретация

г) общение

4. *Дополнить:*

Перечень функций коммуникации, вытекающих из модели Р.О. Якобсона:

а) метаязыковая

б)поэтическая

в) эмотивная

г) конативная

д) _____ .

5.*Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Разновидность коммуникации, осуществляемая с помощью СМИ:

а) локальная

б) внутриорганизационная

в) массовая

г) внутригрупповая

6. **Что НЕ относится к функциям межличностной коммуникации?**

а) познавательная

б) информативная

в) экспрессивная

г) прагматическая

6. *Дополнить:*

« _____ личность – это личность, обладающая совокупностью индивидуальных свойств и характеристик, которые обеспечивают умение выбрать адекватную конкретной ситуации схему передачи информации и правильно воспринимать информацию ».

7. *Установить соответствие:*

Системы знаков	**Характеристика знаков**
1. Конвенциальные	а) следы зверей, звездное небо
2. Образные	б) формальные языки
3. Натуральные	в) живопись, музыка, танцы

Ответы: 1) __, 2) ___, 3)___.

8. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Содержанием понятия “аудитория”, относящегося к массовой коммуникации,

является:

а) помещение для чтения лекции

б) студенты, пришедшие на учебную лекцию

в) зрители, пришедшие посмотреть спектакль

г) зрители спортивного канала

9. *Дополнить:*

«_____ коммуникации – это отношение результата, полученного от организации коммуникативной деятельности и затратами на его получение».

10. *Обведите кружком или напишите номер наиболее правильного ответа:*

В ситуации общения представителей разных социокультурных сообществ могут возникнуть:

а) психофизиологические барьеры

б) социокультурные барьеры

в) психологические барьеры

г) технические барьеры

Вариант 2

Задание 1. Существует проблема систематизации коммуникативного процесса в контексте истории человеческого общества. Его развитие сопровождалось совершенствованием средств и способов передачи информации. Какие этапы (коммуникативные революции) выделены разными учеными в этом процессе? Дайте их краткую характеристику, укажите для каждого из этапов значение для развития социальной коммуникации, образования, общества в целом.

Задание 2. Вы пришли на встречу депутата N со своими избирателями. Сконструируйте свой вариант этого коммуникативного события и проведите его функциональный анализ. Обязательно укажите средства исполнения той или иной функции в коммуникативном событии. Какие еще существуют подходы к анализу коммуникативных актов (событий), в чем состоят их особенности?

Тестовое задание:

1. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Теория коммуникации - это:

а) система научного знания о биокоммуникации

б) система научного знания о социальной коммуникации

в) наука, исследующая свойства знаков и знаковых систем в обществе

г) синтез социально-коммуникативного, естественно-научного и научно-технического знания о коммуникации.

2. *Дополнить:*

“_____ коммуникация - это специфическая форма взаимодействия людей по передаче информации от человека к человеку, осуществляющаяся при помощи языка и других знаковых систем”

3. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

В рамках интеракционного подхода категория “коммуникация” выводится из понятия:

а) интерпретация

б) обмен

в) информация

г) общение

4. **Что из перечисленного НЕ относится к видам аргументации в межличностном коммуникативном процессе:**

а) объяснение

б) интерпретация

в) опровержение

г) возражение

д) кодирование

5. **Разновидность коммуникации, обеспечивающая связь организации с внешними социальными образованиями (институтами, другими организациями):**

а) внутригрупповая

б) межличностная

в) непосредственная

г) внешняя

6.*Обведите кружком или напишите номера всех правильных ответов!*

К инструментальным функциям коммуникации относятся:

а) убеждение

б) формирование и подержание отношений

в) информирование

г) развлечение

7. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям тойили иной группы – это:

а) коммуникативный стиль

б) социальный стереотип

в) “эффект ореола”

г) эмпатия

8. *Дополнить***:**

Типы аудиторий, различающиеся по критерию доступа групп населения к конкретным источникам информации:

а) целевые и массовые

б) регулярные и _____

в) реальные и _____

9. *Установите соответствие:*

Разделы семиотики изучают:

1. Семантика а) правила построения и комбинации знаков

2. Прагматика б) смысловое содержание знаков

3. Синтактика в) особенности использования знаков в коммуникации

Ответ: 1) _____, 2) _____, 3) _____.

10. Ролевые функции в бизнес – PR исполнители:

1. инициатор, заказчик а) PR-структура

2. соисполнитель б) предприятие

3. исполнитель в) СМИ

4. потребитель г) общественность

Ответ: 1) _____, 2) _____, 3) _____, 4)_____.

Вариант 3

Задание 1. Существует проблема коммуникативной компетентности личности, которая в профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью приобретает особое значение. Как эта сторона личности реализуется в сфере профессиональной деятельности? Проанализируйте сложившуюся ситуацию на рынке труда и сформулируйте свое представление о коммуникативной компетентности PR-специалиста.

Задание 2. На лекции студент, в основном, воспринимает вербальную информацию. На примере своей учебной деятельности в НГУЭУ проанализируйте особенности основной модели передачи информации на лекциях. Как может изменяться модель, если преподаватель использует на лекции технические средства обучения (например, компьютерную презентацию)?

Тестовое задание:

1. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Познавательная функция теории коммуникации - это:

а) разработка эффективных способов познания коммуникативной реальности

б) определение ближайших и отдаленных перспектив развития социокоммуникации

в) накопление знаний о коммуникативной реальности

г) решение практических проблем оптимизации процессов коммуникации.

2. *Установите соответствие:*

Названия методов теории коммуникации

1) моделирование

2) герменевтика

3) контент-анализ

4) интент-анализ

их Содержание

а) изучение текстов, фонограмм, аудио-, видеозаписей

б) изучение объекта (оригинала) путем создания и исследования его копии (модели)

в) метод истолкования, интерпретации текстов

г) метод, позволяющий изучать целенаправленность вербальной коммуникации

Ответы: 1) **___,** 2) “___, 3) __, 4) ___.

3. Двухступенчатый поток информации от медиа к массовой аудитории анализирует:

а) теория магической пули

б) теория “лидеров мнений”

в) теория пользы и удовлетворения

г) теория медиазависимости

4. Раздел семиотики, изучающий значение единиц языка (слов, словосочетаний), имеющий объектом анализа знак, фрагмент текста, называется:

а) семантика

б) синтактика

в) прагматика

5.Способ поведения личности в рамках коммуникативного акта, который характерен для конкретной ситуации или группы ситуаций, называют:

а) коммуникативная роль

б) коммуникативный статус

в) коммуникативная компетентность

6. Личность как понятие теории коммуникации – это:

а) человек как разумное существо (homo sapiens)

б) человек, обладающий коммуникативными способностями

в) продукт развития индивида в обществе

г) биосоциальное существо, представитель человеческого рода

7.*Дополнить:*

Социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного взаимодействия с помощью вербальных и невербальных средств коммуникации называют _____ коммуникацией.

8. Название недостающего элемента модели коммуникации Д.Берло.

Источник- _____ - канал- получатель.

9. *Установите правильную последовательность разработки моделей коммуникации:*

_____ модель двухступенчатого потока информации

_____модель Г.Лассуэлла

_____ модель Осгуда-Шрамма

10. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Основной целью двухсторонней симметричной модели коммуникации в рамках связей с общественностью является:

а) убеждение любой ценой

б) распространение информации

в) формирование взаимопонимания участников взаимодействия

г) манипулирование общественным мнением

Вариант 4.

Задание 1. Для создания атмосферы доверия в ходе деловых переговоров используются некоторые приемы выравнивания напряжения, связанные с формой обращения к партнеру (Василик М.А.). Сконструируйте 2 (две) ситуации, основываясь на собственном практическом опыте, примерах из кино или книг и знании стратегии и тактики аргументации.

Задание 2. Западные бизнесмены стараются вести свои переговоры в конфиденциальной атмосфере, с глазу на глаз. В арабской культуре в помещении присутствуют другие люди, и на вашу просьбу поговорить в иной обстановке араб лишь приблизит к вам свою голову (Г. Почепцов). Прокомментируйте эту ситуацию, применяя знания, полученные при изучении невербальной и межкультурной коммуникации.

Тестовое задание:

1. Дополнить:

Предельно общим понятием теории коммуникации является понятие “_____”

2. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Античная мысль внесла следующий вклад в становление теории коммуникации:

а) разработала семиотику как направление в изучении коммуникации

б**)** положила начало риторике как искусству речи

в) разработала категориальный аппарат, принципиально важный для построения теории коммуникации

г) разработала основы герменевтики

3. **Согласно модели информирования общественности как PR- коммуникации ее целью является:**

а) убеждение любой ценой

б) манипулирование общественным мнением

в) распространение информации

г) формирование взаимопонимания участников взаимодействия

4. **Если в речевой коммуникации у коммуникантов возникают трудности восприятия информации из-за сложной, непонятной или неправильной логики рассуждений одного из них, то речь идет о:**

а) фонетических коммуникативных барьерах

б) семантических коммуникативных барьерах

в) логических коммуникативных барьерах

г) стилистических коммуникативных барьерах

5. **Для какого периода характерно признание теорией массовой коммуникации сложности и многоступенчатости взаимодействия СМК и аудитории?**

а) начало XX в. – 30-е гг. XXв.

б) середина XX в.

в) конец XX – началоXXI вв.

6. **Примером иконического знака является:**

а) указание стрелкой на выход из помещения

б) фоторгафия

в) аллегория в виде изображения медведя

7. **Определенный уровень индивидуальных коммуникативных способностей человека, сформировавшихся в условиях непосредственного человеческого взаимодействия, называется:**

а) корпоративная культура

б) коммуникативная компетентность

в) интеллектуальный потенциал

г) общительность

8. **Согласно мнению Ю.Н. Караулова, совокупность способностей и характеристик человека, обусловливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов) характеризует понятие:**

а) коммуникативная личность

б) языковая личность

в) маргинальная личность

г) пассионарная личность

9. *Дополнить:*

Сведения, передаваемые людьми друг другу устным, письменным или другим способом – это _____

10. *Установить соответствие:*

Названия конкретно-научных подходов современной теории коммуникации:

1) технократический

2) интеракционный

Содержание подходов:

а) коммуникация рассматривается с точки зрения производства, передачи и обработки информации, а также используемых при этом технических средств

б) Коммуникация рассматривается как взаимодействие.

Ответы: 1) ___ , 2) ___.

Вариант 5.

Задание 1. В некой организации наблюдаются устойчивые модели взаимодействия руководителей и подчиненных. Сконструируйте 2 (две) конкретные ситуации, основываясь на знании основных теоретических подходов к изучению коммуникации (например, бихевиоризм и символический интеракционизм) и организационной коммуникации.

Задание 2. В учебнике по ред. М.А. Василика описаны три ситуации речевой коммуникации (см. С. 221). В каждой из этих ситуаций выделите коммуникативную модель, определите ее основные характеристики.

Тестовое задание:

1. *Допишите:*

Коммуникативное пространство – это система многообразных коммуникативных связей, возникающих между различными агентами коммуникации. Его основными параметрами являются _____ и _____ .

2. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Вклад немецкой классической философии XVIII -XIX вв. в становление и развитие

теории коммуникации состоит в следующем:

а) начинают разрабатываться важные для теории коммуникации понятия “субъект”и “объект”

б) изучается внутренний мир личности, изолированной от общества

в) формируется критическая философия Франфурктской школы

г) рассматриваются проблемы массовой коммуникации

3. *Дополните:*

Элементы модели коммуникации Г. Лассуэлла:

а) коммуникатор;

б) _____;

в) канал;

г)_____;

д) эффект

4. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Физическая дистанция между людьми в процессе коммуникации, согласно мнению Э.Холла, называется:

а) личным пространством

б) пространством с фиксированными характеристиками

в) пространством с полуфиксированными характеристиками

5. **Процесс отбора, организации и интерпретации чувственных данных – это:**

а) аргументация

б) доказательство

в) восприятие

г) сообщение

6. *Обведите кружком или напишите номер наиболее правильного ответа:*

Более точное, с точки зрения теории коммуникации, название получателя информации в процессе массовой коммуникации – это:

а) население

б) аудитория

в) толпа

г) публика

7. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Совокупность позиций членов группы в системах информационных потоков, связывающих членов группы между собой и внешней средой – это:

а) коммуникативная структура группы

б) коммуникация в организации

в) коммуникативный стиль

г) коммуникативное пространство

8. **Какая из социологических теорий личности придает первостепенное значение ее формированию в процессе межличностной коммуникации, межличностного общения внутри первичной социальной группы?**

а) теория когнитивного развития личности

б) теория “зеркального Я”

в) теория нравственного развития личности

г) психоаналитическая тория

9. *Установить соответствие*

Названия видов аргументации: **Содержание аргументации:**

1. интерпретация; а) направлено на ослабление тезиса путем опровержения аргументов, подтверждающих тезис;

2. доказательство; б) приводимый тезис выводится из доказанных аргументов;

3. объяснение; в) истолкование, объяснение смысла того или иного предложения;

4. возражение. г) указание того, следствием чего является данное явление.

Ответ: 1) , 2) , 3) , 4) _____.

10. *Установить правильную последовательность*

Проведение PR-кампании как коммуникативного события предполагает следующую очередность действий PR-специалиста:

_____ - Действие и коммуникация;

_____- Оценка программы;

_____ - Определение проблемы;

_____ - Планирование и прогнозирование.

Вариант 6

Задание 1. В процессе межличностной коммуникации люди, как правило, демонстрируют устойчивые способы поведения, которые характеризуют их коммуникативные стили. Какие коммуникативные стили используете лично вы во взаимодействии с друзьями, коллегами по работе, студентами своей учебной группы и т.д.? Дайте их характеристику, основываясь на классификациях А. Адлера, К. Хорни, В. Сатир. Нужно представить не менее

трех различных стилей.

Задание 2. Вы присутствуете на научной конференции (например, студенческой). Такое коммуникативное событие может быть описано с точки зрения моделей официального общения, различающихся регламентом и характером аргументирования. Основываясь на знании стратегий и тактики аргументации, охарактеризуйте приемлемые для научной конференции модели официального общения.

Тестовое задание:

1. *Обведите кружком или напишите номера двух правильных ответов:*

В философии XX в. большое внимание к проблеме социальной коммуникации было уделено в рамках таких направлений, как:

а) гомилетика

б) риторика

в) персонализм

г) диалогическая философия.

2. Установить соответствие

Названия научных подходов современной теории коммуникации:

1) технократический

2) интеракционный

Содержание подходов:

а) коммуникация рассматривается с точки зрения производства, передачи и обработки информации, а также используемых при этом технических средств.

б) коммуникация рассматривается как взаимодействие.

Ответ: 1) ___ , 2) ___.

3. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Неличная, платная форма коммуникации с целью продвижения товара, услуги с помощью СМИ:

а) прямой маркетинг

б) реклама

в) стимулирование продаж

г) связи с общественностью

4. **Организационно-технические комплексы (пресса, радио, телевидение и др.), позволяющие осуществлять быструю передачу и мультиплицирование информации:**

а) средства массовой информации (СМИ)

б) телекоммуникация

в) информатика

г) Интернет

5. **Мероприятие, направленное на информационную и рекламную поддержку имиджа организации – это:**

а) деловые переговоры

б) пресс-конференция

в) беседа

г) совещание

6. **Что нельзя отнести к эффекту маркетинговой коммуникации?**

а) повышение мотивации персонала организации

б) рост объема продаж

в) большая информированность потребителя о свойствах товара

г) рост узнаваемости данного товара среди аналогичных

6. *Установить соответствие*

Названия моделей коммуникации:

1) Модель Шеннона-Уивера;

2) Циркулярная модель коммуникации;

3) Модель двухступенчатой коммникации.

4) Модель Лассуэла;

Характеристика моделей:

а) информация, распространяемая массмедиа, достигает целевой аудитории не напрямую, а через “лидеров мнений”;

в) с ее появлением возникло представление о скорости и количестве передаваемой информации;

б) осмысленная и соответствующим образом закодированная информация;

в) тот, кому адресовано сообщение;

г) переработка исходного сообщения с целью доведения до получателя.

Ответ: 1)__, 2) ___, 3) ___, 4) ___.

10. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Соотношение понятий “языковая личность” и “коммуникативная личность”:

а) понятия тождественны, имеют одно и то же значение

б) понятие языковой личности шире понятия коммуникативной личности

в) понятие коммуникативной личности шире понятия языковой личности

Вариант 7.

Задание 1. В процессе межличностного взаимодействия каждый человек оказывается перед проблемой выбора коммуникативного стиля. В теории коммуникации описаны ***продуктивный*** и ***непродуктивный*** стили. Дайте характеристику этих стилей в ситуации взаимодействия руководителей и сотрудников организации.

Задание 2. На лекционных занятиях студентам для более успешного усвоения материала необходимо научиться “эффективному слушанию”. Каковы отличительные характеристики слушания как вида речевой деятельности? Какую цель преследует активное слушание? Какие умения необходимы студенту для эффективного, активного слушания лекций. Ответить на данные вопросы, опираясь на примеры своей учебной деятельности в НГУЭУ.

Тестовое задание:

1. *Обведите кружком или напишите номер наиболее правильного ответа:*

Наиболее точные названия источника и получателя информации в рамках письменноречевой коммуникации:

а) коммуникатор и коммуникант

б) адресант и адресат

в) коммуникатор и аудитория

г) оратор и слушатель

2. **Область коммуникативной деятельности человека, в которой происходит сообщение или получение определенной информации:**

а) канал прохождения информации

б) коммуникативная сфера

в) социальная сфера

г) коммуникативное пространство

3. **Сформулировал основные принципы семиотики и ввел в научный оборот название данной науки:**

а) Ф. де Соссюр

б) Ч.Пирс

в) Ч.Моррис

г) Л.Ельмслев

5. **Все, что препятствует эффективной коммуникации и блокирует ее, в теории коммуникации называют:**

а) препятствиями коммуникации

б) коммуникативными барьерами

в) трудностями коммуникации

г) физическими барьерами

6.**В PR-коммуникациях целью воздействия является:**

а) толпа людей

б) массовая аудитория

в) изменение общественного мнения

г) СМИ

7. *Дополнить*

Перечень функций коммуникации, вытекающих из модели Р.О. Якобсона:

а) метаязыковая;

б)поэтическая**;**

в) эмотивная**;**

г) конативная;

д) _____ .

8. *Установить соответствие:*

Сферы общения:

1) научная

2) официально-деловая

3) общественно-политическая

4) литературно-художественная

Жанры письменной речи:

а) расписка, инструкция

б) роман, стихотворение

в) письмо в редакцию, очерк

г) реферат, резюме

9. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Наука о пространстве коммуникации, его структуре и функциях:

а) такесика

б) паралингвистика

в) проксемика

г) кинесика

10. **Если инициатором PR-процесса является благотворительный фонд или общество защиты прав детей, то речь идет о разновидности PR, которая называется:**

а) социальный PR

б) кризисный PR

в) политический PR

г) бизнес-PR

Вариант 8.

Задание 1. Известно, что невербальные приветствия в форме жестовых касаний служат для открытия встречи, а при прощании – для ее завершения. Проанализируйте, с точки зрения особенностей процесса коммуникации, наблюдаемые вами невербальные приветствия и прощания (рукопожатие и его продолжительность, похлопывание по плечу, жест-поцелуй) по следующим параметрам: статус, биологический пол, возраст говорящих в межличностной и публичной коммуникациях.

Задание 2. В коммуникативном пространстве современного университета представлено взаимодействие представителей разных социальных групп (преподаватели, студенты, сотрудники, обслуживающий персонал и т.д.). Покажите, каким образом осуществляется коммуникация по вертикали и по горизонтали в НГУЭУ. В чем вы видите причину устойчивой дистанции в общении между студентами и преподавателями, связано ли это с информационным или социальным разрывом?

Тестовое задание:

1.*Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Какое значение понятия “коммуникация” отражено в определении: ‘коммуникация - это способ связи любых объектов материального и духовного мира”?

а) техническое

б) биологическое

в) универсальное

г) социальное

2. **Узкое представление о коммуникации как диалоге человека с человеком сложилось в рамках:**

а) античной философии

б) социологии

в) лингвистики

г) социальной психологии

3. **Исследовательский подход, заимствованный из психологии и применяемый в изучении механизмов обратной связи коммуникации как реакции на стимул:**

а) моделирование

б) бихевиоризм

в) сравнение

г) анализ

4. *Установите соответствие:*

Название систем отражения невербального поведения:	**Содержание:**
1. экстралингвистика	а) рукопожатие, поцелуй, похлопывание;
2. такесика	б) запах тела, запах косметики;
3. просодика	в) поза, жест, мимика, походка, взгляд;
4. кинесика	г) высота голоса, громкость, тембр;
5. ольфакторная	д) вздох, смех, плач, пауза.

Ответ: 1)___, 2) ___, 3)____, 4____, 5____.

5.*Дополнить:*

Процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (пресса, радио, телевидение и др.) на численно большие, рассредоточенные аудитории – это_____ коммуникация.

6. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Согласно данной теории, прохождение информации по некоторым каналам коммуникации зависит от наличия в них “ворот” (аналог цензуры), которые в свою очередь управляются некими “контролерами”:

а) теория обретения пользы и удовлетворения

б) теория урегулирования повестки дня

в) теория информационных барьеров

г) теория зависимости

7. Особенностью данной модели является акцентирование внимания не столько на традиционных компонентах коммуникации(источник, сообщение, канал и т.д.), сколько на ее специфических функциях:

а) Модель Ю. Руша, Г. Бетесона

б) Модель Осгуда-Шрамма

в) Модель Лассуэлла

г) Модель Д. Берло (ИСКП)

8. Индифферентность, безразличие студента по отношению к указаниям старосты группы:

а) психофизиологический барьер;

б) социокультурный барьер;

в) семантический барьер;

г) психологический барьер.

9. *Установите соответствие между аспектами изучения знака и предметом изучения:*

1) синтактика	а) Знак – Человек
2) семантика	б) Знак - Знак
3) прагматика	в) Знак – Предмет

Ответ: 1) ___, 2) ____, 3) ___.

10. *Дополнить*:

PR-процесс как вид коммуникации включает в себя определенный набор действий, направленных на повышение _____ общественности об инициаторе, обеспечение на этой основе его лучшей узнаваемости и более _____ восприятия его имиджа".

Вариант 9.

Задание 1. Одной из форм деловой коммуникации является разговор по телефону, который имеет следующую структуру:

· Взаимные представления (20-25 секунд)

· Введение собеседника в курс дела (40- 45 секунд)

· Обсуждение ситуации (100- 115 секунд)

· Заключительное слово

Проведите телефонный разговор с секретарем фирмы, где вы хотели бы пройти практику. Каково оптимальное время для звонка? Постройте разговор в соответствии с представленной структурой, закончите разговор на положительной оптимистической ноте.

Задание 2. Вы участвуете в публичных мероприятиях вашего учебного заведения. Проанализируйте, каковы параметры аудитории, ее заинтересованность темой встречи. Как происходит контакт и обратная связь между выступающими и аудиторией, каким образом проявляется официальность обстановки?

Тестовое задание:

1. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Разновидность коммуникации, обеспечивающая связь организации с внешними социальными образованиями (институтами, другими организациями):

а) внутригрупповая

б) межличностная

в) непосредственная

г) внешняя

2. **Какая из форм коммуникации представляет собой вопросно-ответную коллективную форму обсуждения различных проблем с определенной целью**

а) беседа

б) диалог

в) дискуссия

г) диспут

3.*Дополнить:*

Функции массовой коммуникации, выделенные Г. Лассуэллом:

1) информационная

2) познавательно-культурологическая

3) _____

5. **Согласно мнению Ю.Н. Караулова, совокупность способностей и характеристик человека, обусловливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов) называется _____ личностью".**

6. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Поле коммуникативной деятельности, включающее совокупность значимых групп, индивидов в том или ином их взаимном расположении:

а) коммуникативная сфера

б) коммуникативное пространство

в) коммуникативная ситуация

г) коммуникативная стратегия

7. **Какая функция языка, согласно мнению К. Бюлера, соотносится с предметом речи в устноречевой коммуникации?**

а) экспрессивная

б) апеллятивная

в) репрезентативная

8. **Разделил семиотику на синтактику, семантику и прагматику:**

а) Ч.Пирс

б) Ф. де Соссюр

в) Ч.Моррис

г) Л.Ельмслев

9. **Вид устного общения, при котором информация в обстановке официальности**

передается значительному числу слушателей, – это:

а) массовая коммуникация

б) публичная коммуникация

в) межличностная коммуникация

г) межкультурная коммуникация

10. *Установить правильную последовательность:*

Согласно точке зрения Ф. Джефкинса, проведение PR- кампании включает шесть этапов:

_____ - Планирование бюджета;

_____ - Оценка ситуации;

_____ - Отбор каналов массовой коммуникации, техники воздействия;

_____- Оценка результатов;

_____ - Определение целей;

_____ - Определение целевой аудитории.

Вариант 10

Задание 1. Телевидение использует дискуссию как жанр устной публичной коммуникации. Проанализируйте одну из телевизионных дискуссий, при анализе обратите внимание на следующие моменты: проблема, состав участников, роль ведущего, соблюдение правил ведения дискуссии.

Задание 2. PR-специалист может использовать различные речевые обороты, соответствующие конструктивному, силовому и мягкому стилям делового общения. Сконструируйте конкретную ситуацию и представьте возможные в них речевые обороты, соответствующие трем стилям делового общения.

Тестовое задание:

1. *Обведите кружком или напишите номер правильного ответа:*

Функция теории коммуникации, направленная на разработку исходных принципов познания коммуникативной реальности:

а) методологическая

б) познавательная

в) прогностическая

г) практическая

2. **Метод теории коммуникации, используемый в изучении содержательной стороны информации:**

а) контент-анализ

б) интент-анализ



в) анкетирование

г) герменевтика

3. **Выберите правильную последовательность цифр, соответствующую последовательности коммуникативных революций: 1- книгопечатание; 2- письменность; 3- электронная коммуникация:**

а) 123

б) 213

в) 132

г) 321

4. **Современные западные исследователи применяют бихевиористскую схему (S-R) для изучения коммуникации в теориях, которые называют:**

а) теории трансмиссии

б) теории интеракции

в) системные теории

г) теории речевой коммуникации

5. **Вид невербальной коммуникации, связанный с тактильной системой восприятия информации:**

а) кинесика

б) просодика

в) такесика

г) экстралингвистика

6. **Как называют того, кто НЕ генерирует сообщение, а только его передает:**

а) канал

б) источник

в) получатель

г) отправитель

7. **Какая модель является исторически первой схемой анализа коммуникации, разработанной в рамках теории трансмиссии:**

а) модель ИСКП (Д.Берло)

б) модель двухступенчатой коммуникации (П. Лазарсфельд)

в) модель Осгуда -Шрамма

в) модель Лассуэлла

8.*Установить соответствие:*

Параметры коммуникативной личности	Содержание
1) мотивационный	а) формируется в процессе приобретения познавательного опыта коммуникативной личности.
2) когнитивный	б) определяется коммуникационными потребностями коммуникативной личности.
3) функциональный	в) отражает умения и навыки коммуникативной деятельности личности, ее профессиональную компетентность.

Ответ: 1) ___, 2) ___, 3)____.

9. *Отметить кружком или написать номер правильного ответа:*

Термин, предложенный П. Лазарсфельдом в связи с изучением электорального поведения и двухступенчатого потока массовой информации:

а) лидер мнений

б) информационный “привратник”

в) имиджмейкер

г) хакер

10. **Часть аудитории, объединенная общими демографическими характеристиками и культурными вкусами, на которую рассчитывают СМИ и связанные с ними рекламодатели:**

а) массовая аудитория

б) публика

в) целевая аудитория

г) население страны

Вопросы к зачету

1. Предмет теории коммуникации.

2. Законы и категории теории коммуникации

3. История развития коммуникации в социуме.

4. Понятие "общение", "коммуникация", "речевая деятельность".

5. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли.

6. Современные концепции коммуникации.

7. Теории массовой коммуникации

8. Структурные модели теории коммуникации.

9. Методы и функции теории коммуникации.

10. Контент–анализ в коммуникативистике.

11. Герменевтикакакметод истолкования.

12. Основные элементы коммуникативного процесса

13. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.

14. Коммуникативные барьеры

15. Коммуникатор и коммуникант.

16. Коммуникативная роль. Коммуникативный статус.

17. Индивидуальный и коллективный субъект.

18. Аудитория, ее виды и психологические особенности

19. Сегментация аудитории.

20. Средства коммуникации. Место естественного языка среди других знаковых систем.

21. Соотношение «язык-речь». Речевое общение как способ коммуникации. Функции речи.

22. Речь как способ передачи информации

Вопросы к экзамену

1. Предмет теории коммуникации.

2. Законы и категории теории коммуникации

3. История развития коммуникации в социуме.

4. Понятие "общение", "коммуникация", "речевая деятельность".

5. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли.

6. Современные концепции коммуникации.

7. Теории массовой коммуникации

8. Структурные модели теории коммуникации.

9. Методы и функции теории коммуникации.

10. Контент–анализ в коммуникативистике.

11. Герменевтикакакметод истолкования.

12. Основные элементы коммуникативного процесса

13. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.

14. Коммуникативные барьеры

15. Коммуникатор и коммуникант.

16. Коммуникативная роль. Коммуникативный статус.

17. Индивидуальный и коллективный субъект.

18. Аудитория, ее виды и психологические особенности

19. Сегментация аудитории.

20. Средства коммуникации. Место естественного языка среди других знаковых систем.

21. Соотношение «язык-речь». Речевое общение как способ коммуникации. Функции речи.

22. Речь как способ передачи информации.

23. Сравнение вербальной и невербальной коммуникации

24. Пара- и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации.

25. Мимика и взгляд.

26. Жесты как невербальная коммуникация

27. Организация пространства и времени коммуникативного процесса

28. Поза и походка

29. Контакт глаз

30. Символьная коммуникация

31. Семиотика – наука о знаках

32. Семантика, синтактика, прагматика – основные отношения знаков

33. Символьная коммуникация

34. Диалог

35. Монолог

36. Спор как разновидность речевой коммуникации

37. Стратегия и тактика аргументации

38. Устноречевая коммуникация. Свойства и ситуативная обусловленность устноречевой коммуникации.

39. Виды устноречевой коммуникации.

40. Письменноречевая коммуникация

41. Речевое воздействие письменной информации.

42. Типы фиксации письменноречевых произведений.

43. Понятие межличностной коммуникации.

44. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.

45. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии.

46. Чувства и эмоции как коммуникативные действия.

47. Понятие НКО, СО НКО, НКО – поставщики услуг в социальной сфере, НКО – исполнители общественно полезных услуг, примеры.

48. Организационно-правовые формы НКО.

50. Количественные характеристики сектора негосударственных некоммерческих организаций в России.

51. Примеры добровольных объединений граждан в истории России.

52. Примеры форм добровольных объединений граждан за рубежом.

53. Волонтерство как практика гражданского общества: понятие и явление.

54. Исторические корни добровольческой деятельности в России.

55. Современные формы и направления волонтерской деятельности.

56. Масштабы участия россиян в волонтерской деятельности.

57. Примеры развития волонтерских практик за рубежом.

58. Нормативно-правовое регулирование деятельности НКО, включая социально ориентированные организации.

59. Нормативно-правовая база добровольчества (волонтерства) в России.

60. Основные направления государственной политики в области содействия развитию институтов гражданского общества, в том числе добровольчества (волонтерства) и СОНКО.

61. Формы государственной поддержки добровольчества (волонтерства) и СОНКО.

62. Инфраструктура развития волонтерской деятельности и СОНКО

63. Организационные структуры НКО.

64. Виды, уровни и органы управления в НКО.

65. Особенности функционирования СОНКО, отличия от государственных организаций и коммерческих компаний.

66. Виды ресурсов СОНКО, ресурсы как объект управления.

67. Фандрайзинг: определение, методы и формы.

68. Технологии взаимодействия с частными и корпоративными донорами.

69. Проблемы прозрачности и доступности информации о СОНКО

70. Отчетность в НКО: требования, особенности.

71. Лидерство в НКО, роль руководителей в НКО.

72. Дизайн-мышление как метод совместной деятельности с добровольцами (волонтерами) и представителями СОНКО: суть и возможности применения.

73. Задачи и технологии взаимодействия с СОНКО, включая содействие укреплению их роли как поставщиков услуг в социальной сфере, организаторов волонтерской деятельности, внедрению инноваций.

74. Мотивирование волонтеров и сотрудников СОНКО.

75. Подходы к решению проблемы эмоционального и психологического выгорания.

76. Управление рисками в работе с СОНКО и волонтерами.

77. Разработка и принятие управленческих решений в сфере взаимодействия с СОНКО и волонтерами.

78. Технология продвижения результатов совместной деятельности с СОНКО и волонтерами.

79. Технологии взаимодействия с бизнес-организациями и корпоративными донорами.



80. Методики измерения экономической, коммерческой и бюджетной эффективности.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнения тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:



− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;



Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена: **:**	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик: Подписано простой ЭП 25.08.2023 Ханахок Зарема Аюбовна

Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.23 Организация и планирование деятельности рекламных агентств*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности			
12	12		Теория и практика рекламы и связей с общественностью
34	34		Организация и планирование деятельности рекламных агентств
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом			
12	12		Теория и практика рекламы и связей с общественностью
34	34		Организация и планирование деятельности рекламных агентств
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	**удовлетворительно**	**хорошо**	**отлично**	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности					
ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности					
Знать: основы моделирования кризисных PR-кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, курсовой проект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Уметь: выявлять источники возникновения кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне; определять зоны рисков в публичных коммуникациях;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками моделировать кризисные PR-кампании в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности; правовой культурой в области профессиональной деятельности	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности					
ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом					
Знать: методы выполнения отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, курсовой проект, экзамен
Уметь: осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками отбора	Частичное владение	Несистематическое применение	В систематическом	Успешное и систематическое	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	навыками	навыков	применении навыков допускаются пробелы	применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы докладов:

1. Основные цели комплексной рекламной кампании маркетинговой деятельности.

2. Понятие и сущность комплексной рекламной кампании.

3. Основные функции комплексной рекламной кампании, их характеристика.

4. Виды комплексной рекламной кампании, их характеристика.

5. Основные принципы комплексной рекламной кампании.

6. Роль и место комплексной рекламной кампании в маркетинговой деятельности.

7. Понятие о целях комплексной рекламной кампании.

8. Формирование или поддержание интереса рекламной аудитории к физическим и юридическим лицам, товарам, идеям и начинаниям.

9. Способствование реализации товаров, услуг, идей и работ.

10. Основные задачи комплексной рекламной кампании: создание рынка, завоевание рынка, сохранение рынка, расширение рыночного охвата, реанимация рынка.

11. Функции комплексных рекламных кампаний: коммуникативная, ориентирующая, стимулирующая, экономическая, культурно-образовательная и рекреативная функции

рекламы.

12. Основные этапы разработки комплексной рекламной кампании, их характеристика

13. Анализ рыночной ситуации.

14. Постановка целей рекламной кампании.

15. Выработка рекламной стратегии: выбор концепции продукта; обоснование выбора целевой аудитории; выбор используемых средств массовой информации (СМИ).

Тестовые задания

1. Задачи менеджера по рекламе на многопрофильной выставке:

А) Устанавливать новые связи и заключать предварительные договоренности

Б) Предлагать свои услуги как можно большему количеству людей

В) Продвигать свою компанию и ее услуги

2. Чёткая, ясная и лаконичная формулировка основной темы рекламного обращения; определяет характерные уникальные особенности деятельности рекламодателя и является элементом фирменного стиля – это...

А) Лозунг рекламный (слоган)

Б) «Мессадж»

В) Девиз

3. Число представителей целевой аудитории, вступивших в контакт с конкретным средством рекламы или сочетанием коммуникационных средств в течение определенного отрезка времени – это...

А) Охват

Б) Выборка

В) Совокупность

4. Средство паблик рилейшнз, заключающееся в представлении нового товара, фирмы, начинающей работу на новом для себя рынке и т. д., – это…

А) Презентация

Б) Брифинг

В) Пресс-конференция

5. Какие свои психологические ресурсы менеджер по рекламе должен задействовать в процессе работы с возражениями?

А) Терпение.

Б) Напористость.

В) Красноречие

6. Средство наружной рекламы по месту продажи. Представляет собой щит с указанием названия предприятия. Может содержать элементы фирменного стиля (товарный знак, логотип) и пиктограммы, указывающие на сферу деятельности, – это...

А) Вывеска

Б) Штендер

В) Биллборд

7. Элемент системы контроля рекламной деятельности. Предтестирование осуществляется в форме рекламных исследований, целью которых является определение эффективности рекламного обращения (рекламной кампании) до момента их широкомасштабной практической реализации – это...

А) Предтестирование

Б) Фокус-группа

В) Сегментирование

8. Элемент фирменного стиля, представляющий собой оригинальное начертание наименования рекламодателя, используемое как символ товара или фирмы, зачастую являющийся торговой маркой – это...

А) Логотип

Б) Товарный знак

В) Эмблема

9. Текстовый и графический материалы (рисунки, фото и т. д.), которые объединены в едином макете, с которого средствами полиграфии производится печатная

реклама – это...

А) Оригинал-макет

Б) Бриф

В) Пресс-папка

10. Специалист рекламного агентства обеспечивает поддержание постоянного контакта с существующими клиентами, координирует работу всех подразделений агентства над конкретными заказами клиента, а также выполняет поиск новых клиентов – это...

А) Эккаунт-менеджер (account менеджер)

Б) Копирайтер

В) Арт-директор (Креативный директор)

Вопросы к зачету

1. Субъекты и объекты рекламного рынка
2. Управление исполнением заказов в рекламном агентстве
3. Рекламное агентство и его функции
4. Характеристики успешных рекламных кампаний
5. Выбор рекламного агентства
6. Организация рекламной деятельности
7. Виды рекламных агентств
8. Планирование рекламных кампаний
9. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства
10. Координация рекламной деятельности

11. Проблемы сотрудничествас рекламным агентством
12. Смена рекламного агентства
13. Взаимодействие рекламодателя со средствами массовой информации
14. Информация для создания рекламного проекта
15. Взаимодействие рекламного агентства со средствами массовой информации
16. Особенности планирования международной рекламной кампании

Вопросы к экзамену

1. Субъекты и объекты рекламного рынка
2. Управление исполнением заказов в рекламном агентстве
3. Рекламное агентство и его функции
4. Характеристики успешных рекламных кампаний
5. Выбор рекламного агентства
6. Организация рекламной деятельности
7. Виды рекламных агентств
8. Планирование рекламных кампаний
9. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства
10. Координация рекламной деятельности
11. Проблемы сотрудничествас рекламным агентством
12. Смена рекламного агентства
13. Взаимодействие рекламодателя со средствами массовой информации
14. Информация для создания рекламного проекта
15. Взаимодействие рекламного агентства со средствами массовой информации
16. Особенности планирования международной рекламной кампании
17. Задачи рекламной деятельности
18. Экономическая эффективность рекламной деятельност
19. Понятие и типы рекламных кампани
20. Методы определения рекламных бюджето
21. Планирование рекламной деятельност
22. Стратегии позиционирования в реклам
23. Коммуникативная эффективность рекламной деятельност
24. Факторы, влияющие на эффективность рекламной кампании
25. Контроль рекламной деятельности
26. Управление персоналом в рекламном бизнесе
27. Организационная структура рекламного агентств
28. Операторы рекламного рынк
29. Рекламная активность предприяти
30. Типы брифо
31. Рекламное агентство полного цикл
32. Маркетинговый аспект деятельности рекламного агентства

Примерная тематика курсовых проектов

1. Использование концепции маркетинга в управлении рекламой.

2. Использование концепции маркетинга в рекламной деятельности.

3. Совершенствование взаимоотношений между субъектами и объектами рекламы.

4. Совершенствование рекламной деятельности производственного предприятия.

5. Совершенствование рекламной деятельности торгового предприятия.

6. Совершенствование деятельности рекламодателя.

7. Совершенствование деятельности рекламного агентства.



8. Совершенствование деятельности рекламораспространителя.

9. Совершенствование маркетинговых исследований рекламы.

10. Анализ ассортимента рекламных услуг.

11. Анализ ассортимента рекламной продукции.

12. Изучение спроса на рекламные услуги.

13. Формирование портфеля заказов на рекламную продукцию и услуги.

14. Управление ассортиментом рекламных услуг (на примере рекламного агентства, СМИ).

15. Оптимизация ассортимента рекламной продукции.

16. Планирование ассортимента рекламной продукции и услуг.

17. Стратегическое планирование рекламы.

18. Информационное обеспечение рекламной деятельности.

19. Ситуационный анализ и его значение в планировании рекламы.

20. Пути повышения эффективности деятельности рекламного агентства.

21. Управление рекламной кампанией.

22. Совершенствование организации и планирования рекламной деятельности предприятия (производственного, торгового).

23. Совершенствование организационной структуры службы рекламы предприятия.

24. Совершенствование организационной структуры рекламного агентства.

25. Совершенствование организационной структуры службы рекламы СМИ.

26. Совершенствование взаимоотношений рекламного отдела с подразделениями предприятия.

27. Инновационная деятельность рекламного агентства.

28. Совершенствование методов оценки эффективности рекламных мероприятий.

29. Выбор рекламной стратегии предприятия.

30. Планирование и проведение рекламной кампании предприятия.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания доклада:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;



Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки курсовых работ

Оценка**«отлично»**выставляется студенту, являющемуся автором курсовой работы, соответствующей всем установленным требованиям, в том числе формальным. Содержание работы должно свидетельствовать о том, что студент творчески подошел к освещению темы, использовал самостоятельно найденные источники, в том числе новейшие научные публикации и нормативные документы по теме курсовой работы, не только произвел обобщение и оценку различных научных позиций, но и сформулировал и убедительно аргументировал собственную точку зрения. При этом во время защиты студент должен:

а) продемонстрировать понимание актуальности заявленной темы, ее научную и практическую значимость, знание материала, являвшегося предметом исследования;

б) уметь обосновать выводы исследования;

в) правильно ответить на все вопросы, касающиеся темы курсовой работы.

Оценка**«хорошо»**выставляется студенту, являющемуся автором курсовой работы, соответствующей всем предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Содержание

работы должно свидетельствовать о том, что отдельные пункты плана работы рассмотрены неполно, хотя в целом тема раскрыта достаточно подробно. Студент не продемонстрировал твердого навыка самостоятельного поиска новейших научных публикаций и нормативных документов по теме курсовой работы, а также иных необходимых источников. Имеются небольшие изъяны в оформлении текста. При этом во время защиты студент должен:

а) продемонстрировать понимание актуальности заявленной темы, ее научную и практическую значимость, знание материала, являвшего предметом исследования;

б) правильно ответить на вопросы, касающиеся темы курсовой работы.

Оценка**«удовлетворительно»**выставляется студенту, являющемуся автором курсовой работы, в целом соответствующей предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Содержание работы должно свидетельствовать о том, что:

1) студент показал лишь умение компилировать найденный по теме материал, опирался в основном на учебную литературу;

2) в недостаточном объеме использовал специальные, в том числе, новейшие источники по теме (научные публикации, нормативные документы, обзоры юридической практики и т.д.);

3) не смог сформулировать самостоятельные выводы и оценки рассмотренных вопросов;

4) допустил серьезные изъяны в оформлении работы.

При этом во время защиты студент должен продемонстрировать:

а) умение раскрыть актуальность заявленной темы;

б) не более двух неправильных ответов на вопросы научного руководителя, а в случае необходимости – иных лиц, присутствующих на защите.

Оценка **«неудовлетворительно»**выставляется студенту, являющемуся автором курсовой работы, не соответствующей предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Неудовлетворительная оценка выставляется, если во время защиты студент:

а) не раскрыл актуальность темы исследования;

б) не смог ответить более чем на два вопроса научного руководителя, а в случае необходимости – иных лиц, присутствующих на защите;

в) использовал литературу без необходимых ссылок на нее в тексте работы.



Оценка «неудовлетворительно» также выставляется, если во время защиты у научного руководителя возникли обоснованные сомнения в том, что студент является автором представленной к защите курсовой работы (он не ориентируется в тексте работы; не может дать ответы на уточняющие вопросы, касающиеся сформулированных в работе положений; аналогичные или тождественные по содержанию работы имеются в Интернете и т.д.). Такая оценка выставляется и в том случае, если работа не соответствует всем предъявляемым требованиям.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена:	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Калашникова Светлана Валентиновна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.24 Основы копирайтинга*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития			
2	3		Основы медиапланирования
4	5		Основы копирайтинга
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов			
2	3		Основы медиапланирования
4	5		Основы копирайтинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса			
4	5		Основы копирайтинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
3	4		Культурология
ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов			
3	4		Культурология
4	5		Основы копирайтинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	**удовлетворительно**	**хорошо**	**отлично**	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах					
ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития					
Знать: систему общественных и государственных институтов,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
механизмы их функционирования и тенденции развития.					
Уметь: учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при формировании и использовании интегрированных коммуникаций; создавать тексты рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах					
ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов					
Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет
Уметь: учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
(или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.					
Владеть: приемами развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов					
ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса					
Знать: методы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет
Уметь: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем					
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов					
ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов					
Знать: достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет
Уметь: применять достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками учета достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов

1. Принципы создания рекламных текстов.

2. Приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов.

3. Использование системного подхода при работе с брифом для создания рекламных концепций.

4. Визуальные образы: как правильно использовать «картинки» в письменных сообщениях.

5. Коммуникативные особенности процесса редактирования.

6. Трансформация ощущений в осмысленную информацию.

7. Особенности жанров печатной рекламы

8. Свойства рекламного текста.

9. Рекламные стратегии.

10. Роль позиционирования в нейминге.

11. Стилистика рекламного сообщения.
12. Рерайтинг как сфера копирайтинга.
13. Классический копирайтинг: основные средства.
14. NEO-копирайтинг: доминирующие признаки.

15. Нарративные стратегии в копирайтинге.
16. SEO-копирайтинг: специфика отрасли.
17. Видовая характеристика маркетинговых текстов.
18. Иконические знаки в рекламе.
19. Символические знаки в рекламе.
20. Петроглифы в истории знаков.

Тесты по дисциплине

1.Слоган – это:

а) краткая оригинальная фраза, выражающая основную идею всех общений в рамках рекламной кампании;

б) девиз предприятия;

в) составная часть фирменного стиля предприятия.

2.К характеристикам слогана не относится:

а) слоган является базовой константой рекламной кампании;

б) слоган может существовать изолировано;

в) слоган должен зацепить личный интерес человек.

3.Выделяют следующие виды заголовков:

а) рациональные и эмоциональные;

б) прямые и косвенные;

в) моральные, рациональные и эмоциональные.

4.Эхо-фраза – это:

а) фраза, заключающая в себе рекламное сообщение;

б) основной рекламный текст;

в) лозунг фирмы.

5. Имя бренда – это:

а) коммерческое название товарной или торговой марки, под которым продукт выводится на рынок;

б) название торговой марки, которая выражает основную концепцию всех производимых предприятием товаров;

в) нет правильного ответа.

6. Уникальное торговое предложение – это:

а) отличительное свойство товара;

б) потребительское преимущество товара перед конкурентами;

в) а. и б.

7. Уникальное торговое предложение, построенное на социальной установке характеризуется следующим:

а) созданием эмоционального образа товара или услуги;

б) апеллирует к определенной целевой аудитории, опираясь на рекомендации профессионалов.

8.Модальные операторы возможности – это:

а) слова, которые предлагают выбор;

б) слова, призывающие к действию;

в) слова, отвечающие основным потребностям.

9.Аргументация – это:

а) рациональное обоснование выгоды приобретения товара;

б) способ рассуждения, в процессе которого выдвигается некое положение в качестве доказанного тезиса;

в) выявление сходства двух предметов и вывод о том, что предметы схожи и в других отношениях.

10. Выявление сходства двух предметов и вывод о том, что предметы схожи и в других отношениях – это:

а) аналогия;



б) аргументация;

в) логическая аргументация

11. Элементы фирменного стиля, объединенные в единую композицию, обычно товарный знак и логотип

a) Спот
b) Реквизиты
c) Лид
d) Фирменный блок.

12. Расположите в правильном порядке этапы разработки креативной составляющей рекламного проекта:

a) Создание текста и изобразительной составляющей проекта;
b) Итоговое тестирование;
c) Выбор креативной стратегии продвижения;
d) Анализ маркетинговых исследований;
e) Поиск основной идеи рекламного проекта.

13. Идея – это:

a) характеристики рекламируемого продукта,
b) термин, обозначающий продукт мышления,
c) смысл, значение, сущность чего-либо,
d) основная мысль произведения, главный вывод содержания, оценка отображаемых явлений и событий;
e) позиционирование продукта,
f) замысел, намерение, план,
g) эмоционально-информационный посыл рекламного сообщения.

14. Форматом в рекламной коммуникации называются:

a) Различные стандарты вещательного телевидения
b) Структурное, стилистическое, жанровое отличие в видах радиовещательных программ
c) Расположение рекламного текста на макете
d) Длина и высота книги, журнала, газеты, бумажного листа
e) Дизайнерское решение рекламного проекта.

15. Первый абзац текстового материала, расположенный под заголовком и выделенный шрифтом или пробелом от основного текста и сообщающий важнейшую информацию.

a) Пресс-релиз
b) Клише
c) Лид (мотто).

16. Лицо, которое пишет тексты рекламных объявлений, сценариев видео- и радироликов или готовит другие рекламные материалы, а также генерирует творческие идеи.

a) Фрилансер
b) Копирайтер
c) Пресс-секретарь
d) Спичрайтер.

17. Описание ключевых положений рекламного ролика с помощью текста и изображения называется:

a) Джингл
b) Басорама
c) Раскадровка
d) Эхо-фраза

18. Выберите все подходящие определения понятия «макет».

a) Предварительный образец;
b) Одна из нескольких редакций текста; видоизменение какой-либо его части;
c) Законченная композиция печатного текста, компоновка иллюстрации, заголовка, основного текста в единое целое;
d) Совокупность инструкций и алгоритмов, описывающих порядок определенных действий
e) Композиционная модель печатного носителя: книги, номера издания (полосы), буклета.

19. Сумма художественных средств, используемых для создания образа абстрактного понятия.

a) Форма
b) Символика
c) Идея
d) Акцент

20. Истолкование, объяснение, раскрытие смысла, перевод на более понятный язык, адаптированный для аудитории вариант текста.

a) Вербализация
b) Инверсия
c) Интерпретация
d) Детализация

21. Формы подачи материала заказчику на разных этапах работы над рекламным роликом – это:

a) Раскадровка
b) Сценарий
c) Сюжетная схема
d) Джингл
e) Тестемониал.

22. Интерпретация – это такая передача рекламной информации, которая:

a) Кратко формулирует сообщение, несущее основную информационную нагрузку в
b) Дает возможность понимания реципиентом письменного сообщения;
c) Содержит истолкование, объяснение, раскрытие смысла, перевод на более понятный язык, адаптированный для аудитории вариант текста;
d) Повторяет (дословно или по смыслу) заголовок или основной мотив обращения.

23. Корректно и компактно сформулированное сообщение, несущее основную информационную нагрузку в рекламном объявлении.

a) Эхо-фраза
b) Заголовок
c) Ключевое сообщение

d) Фирменный блок.

24. Подлинность образно визуальной информации рекламируемого товара (услуги), их соответствие первоисточнику:

a) Директ-мейл
b) Аутентичность рекламы
c) Тестемониум
d) Аргументация.

25. Форма рекламы, использующая авторитет популярной личности.

a) Тестемониум
b) Полилог
c) Брендмауэр
d) Ай-стоппер.

26. Необходимый итоговый этап работы над рекламным текстом, определяющий эффективность его воздействия.

a) Тестирование
b) Форматирование
c) Сбор информации о товаре
d) Создание концепции.

27. В рекламе описание с помощью текста ключевых моментов рекламного ролика; в связях с общественностью – описание главных положений планируемых акций.

a) Полилог
b) Сценарий краткий
c) Тестемониум
d) Эхо-фраза.

28. Аутентичность рекламы - это:

a) Вычленение набора характеристик, которые должны быть воплощены в торговой марке;
b) Возможность понимания реципиентом письменного сообщения;
c) Подлинность образно визуальной информации рекламируемого товара (услуги), их соответствие первоисточнику;
d) Истолкование, объяснение, раскрытие смысла, перевод на более понятный язык,

адаптированный для аудитории вариант текста.

29. Разработкой креативной составляющей проекта занимается отдел рекламного агентства, называемый:

a) отделом по связям с клиентами;
b) маркетинговым отделом;
c) творческий отдел;
d) отдел медиапланирования.

30. Описание ключевых положений рекламного ролика с помощью текста и изображений.

a) Раскадровка
b) Спот
c) Биллборд
d) Сценарий.

31. Расположите в правильном порядке этапы работы над оформлением рекламного текста в печати:

a) Тестирование полученного текста;
b) Выбор стиля обращения к аудитории;
c) Изучение особенностей целевой аудитории;
d) Отбор ключевой лексики

32. Необходимое для понимания рекламного текста объяснение, перевод на более понятный для аудитории язык.

a) Интерпретация
b) Истолкование
c) Аутентичность

d) Раскрытие смысла

33. Рекламный ролик, предназначенный для включения в радио- и телепередачи, называемый специалистами « коммёршелз».

a) Спот
b) Блек-аут
c) Джингл
d) Тестемониал.

34. Сюжетное содержание рекламного сообщения, письменная версия, литературная основа фильма, предназначенная для режиссерской обработки в кино, на телевидении и радио.

a) Лид
b) Джингл
c) Сценарий
d) Композиция.

35. Интертекстуальность, как характеристика текста - это:

a) Ряд вопросов к воображаемому собеседнику, при помощи которых в тексте обозначаются границы проблемы;
b) Межтекстовый диалог, вплетение в ткань текста разнообразных аллюзий, прецедентность во всех её формах;
c) Объединение интеграционных, центростремительных тенденций и локализационных, центробежных.

36. В рекламе и связях с общественностью – мысли, верования, мнения, типичные для некоего сообщества людей, объединённых определёнными признаками, определённая целевая аудитория, адекватно и одинаково реагирующая на рекламу или информационный повод.

a) Инсайд
b) Бриф
c) Интерпретация
d) Суггестия.

37. Выберите все подходящие определения понятия «макет»:

a) предварительный образец;
b) одна из нескольких редакций текста; видоизменение какой-либо его части;
c) законченная композиция печатного текста, компоновка иллюстрации, заголовка,

основного текста в единое целое;
d) совокупность инструкций и алгоритмов, описывающих порядок определенных действий;
e) композиционная модель печатного носителя: книги, номера издания (полосы), буклета.

38. Традиционно выделяются следующие типы радироликов:

a) Коммерческие
b) Информационные
c) Игровые
d) Инструктирующие
e) Имиджевые
f) Джинглы
g) Проморолики.

39. Вычленение набора характеристик, которые должны быть воплощены в торговой марке.

a) Эхо-фраза
b) Бренд-дефиниция
c) Брейнсторминг
d) Реклама.

40. Вербальные и визуальные элементы, входящие в фирменный стиль:

a) Логотип
b) Эхо-фраза
c) Слоган
d) Цвет

e) Шрифт

Вопросы к зачету

1. Предмет «Копирайтинга», его место и роль в системе рекламного бизнеса.
2. Междисциплинарный характер «Копирайтинга».
3. Особенности личности копирайтера.
4. Задачи копирайтинга.
5. Основные принципы редактирования рекламного текста.
6. Принципы создания рекламных текстов.
7. Структура рекламного текста
8. Свойства рекламного текста
9. Виды печатной рекламы.
10. В чем состоит отличие реклама прямого отклика от других видов печатной рекламы.
11. Методы создания печатной рекламы.
12. Суть метода Бернбаха и возможности его применения для создания печатной рекламы.
13. Элементы, из которых состоит аннотация. Значение аннотации для разработки рекламной стратегии.
14. Рекламная стратегия: суть и структура.
15. Как соотносятся аннотация и творческое резюме.
16. Составляющие креативной стратегии.
17. Позиционирование бренда и имидж бренда как составляющие креативной стратегии.
18. Понятие целевой аудитории.
19. Интонация, содержащаяся в рекламном тексте и изображении.
20. Выработка рекламного предложения (обращения).
21. Принципы соотношения текста и изображения в печатной рекламе.
22. Основные особенности заголовка.
23. Методики написания заголовка.
24. Типы заголовков с точки зрения их содержания.
25. Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания.
26. Способ написания заголовков по Глиму.
27. Варианты подзаголовков.
28. Слоган как интегральная часть всей рекламной компании. Характеристики слогана.
29. Структура и форматирование основного текста рекламы.
30. Использование шестиэтапной формулы Глима для написания рекламного текста.
31. Классификация стилей рекламных текстов.

32. Различные подходы, используемые при создании рекламных текстов
33. Особенности эмоционального подхода.
34. Фактический подход: различные пути воздействия на потребителя.
35. Сущность сравнительного подхода к созданию рекламных текстов.
36. Классификация рекламных текстов
37. Особенности рекламных текстов для телевизионной рекламы.
38. Особенности текстов для рекламы на радио и в интерактивных средствах информации.
39. Раскрыть своеобразие текстов для наружной рекламы.
40. Тексты для внутримагазинной рекламы и их особенности

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания



Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Галинская Наталья Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.25 Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мерчандайзинг
8	8		Мотивация в рекламе
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	910		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью ; принципы сбора, отбора и обобщения	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тесты, реферат

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;					
Уметь: выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
Знать: способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тесты, реферат
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач					
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере					
Знать: основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тесты, реферат
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью					
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тест для проведения текущего контроля

1.Эффективность мотивации определяет, главным образом, следующий фактор:

а) учет потребностей человека;

б) ценность вознаграждения;

в) взаимосвязь результата с величиной вознаграждения;

г) оценка результата выполнения работы;

д) учет величины затраченных усилий на выполнение работы.

2. Эффективность неформальных решений определяется главным образом

а) личностью менеджера, лидерством;

б) профессиональной подготовкой персонала;

в) знанием структуры ценностей и интересов персонала;

г) социально – психологической обстановкой в коллективе;

д) информацией о неформальных отношениях в коллективе.

3. Соотношение цели и средств ее достижения при реализации стратегии зависит:

а) исключительно от нравственности менеджера;

б) от уровня профессионализма менеджера и персонала;

в) от конкретных обстоятельств управления и характера ситуации;

г) от качества цели и механизма управления;

д) от количества и ценности информации.

4. Лидерство – это:

а) поведение менеджера в конфликтной ситуации;

б) потребность группы в неформальном управлении;

в) возможность управления, опираясь на неформальные отношения;

г) влияние авторитетом, уважением, признанием;

д) сосредоточение внимания на стратегических проблемах.

5. Критерием эффективности управленческого решения является:

а) количество корректировок, которые необходимо вносить при его исполнении;



б) достаточное количество, полнота и ценность информации о выполняемой по данному решению работе;

в) человеческий фактор восприятия управленческого решения;

г) согласованность деятельности при исполнении решения;

Д) мотивационный потенциал управленческого решения.

6. В основе разделения полномочий в системе менеджмента лежит:

а) масштаб управления;

б) уровень в иерархии системы менеджмента;

в) авторитет менеджера;

г) потребность в принятии решений определенного класса;

д) компетентность должностного лица.

7. Проблема в реальной практике разработки управленческого решения:

а) функция управления;

б) способ оценки ситуации;

в) задача, решение которой осуществляется в процессе управления;

г) это противоречие требующее своего разрешения;

д) это комплекс информации о состоянии управляемой системы.

8. Полномочия представляют собой:

а) должностной статус руководителя;

б) авторитет менеджера в среде его коллег;

в) право на принятие управленческих решений;

г) право воздействовать на деятельность людей;

д) наличие знаний и опыта для осуществления управления.

9. Сочетание централизации и децентрализации управления проявляется в:

а) распределении полномочий между должностными лицами различных уровней систем управления;

б) методике разработки и принятия управленческих решений;

в) структуре системы управления;

г) формальных и неформальных отношениях в организации;

д) порядке распределения информации между звеньями системы управления.

10. Следующая из предложенных характеристик должна присутствовать в формулировке миссии организации:

а) отраслевая принадлежность организации и задачи ее развития;

б) получение прибыли в результате деятельности организации;

г) назначении организации и ее роль в обществе;

г) ассортимент и качество выпускаемой продукции;

д) политика по отношению к персоналу.

11. Главным отличительным признаком внутренней и внешней среды организации является:

а) цели функционирования внутренней и внешней среды организации;

б) управляемость процессов внутренней и внешней среды организации;

в) способы воздействия на процессы внутренней и внешней среды организации;

г) состав и характер проблем по различным сферам управления;

д) роль и проявление человеческого фактора в управлении процессами внутренней и внешней среды организации

12. Необходимость стратегического менеджмента определяется:

а) стремлением к максимизации к прибыли;

б) обострением конкуренции;

в) динамизмом экономического развития;

г) научным подходом к управлению;

д) человеческим фактором управления.

13. Ключевым фактором выхода фирмы из кризиса является:

а) сокращение численности работающих;

б) инвестирование производства посредством реализации пакета акций;

в) введение внешнего управления;

г) тип кризиса, определяющий выбор ключевого фактора;

д) разработка стратегии развития фирмы.

14. Понятие «коммуникация» формулируется следующим образом

а) связи между людьми, возникающие в процессе их совместной деятельности;

б) передача информации на большие расстояния;

в) обмен информацией между людьми;

г) процесс получения и обработки информации;



д) осуществление управления посредством информации.

15. Наиболее типичной для бюрократического типа управления является следующая характеристика

а) ясная и четкая мотивация инициативы персонала;

б) жесткое распределение функций и обязанностей в системе управления;

в) ориентация персонала на решение проблем;

г) высокая исполнительская дисциплина;

д) чрезмерное внимание документации.

16. Главная роль цели в процессе управления проявляется в следующем:

а) цель позволяет полнее и глубже оценить ситуацию и найти главную проблему управленческого решения;

б) цель мотивирует эффективную деятельность персонала;

в) цель интерпретирует операции процесса управления;

г) цель позволяет разработать стратегию развития организации;

д) цель является аналитической основой научного подхода к управлению.

17. Определением стратегического менеджмента является следующая формулировка:

а) это управление, в котором планируемое будущее является приоритетом;

б) это управление, по критериям и факторам стратегии развития;

в) это управление, обеспечивающее единство миссии и цели;

г) это программно-целевое управление;

д) это управление, ориентированное на будущее, на предвидение и прогнозы.

18. Главным фактором эффективности мотивирования является:

а) структура мотивов, действующих в системе совпадений действий;

б) выбор и использование наиболее действенных мотивов;

в) проектирование позитивных мотивов деятельности;

г) подбор персонала по критериям мотивации;

д) исследование системы мотивов и воздействия на основе использования.

19. Функция управления это:

а) зависимость факторов эффективности управления;

б) вид деятельности необходимой для осуществления воздействия субъекта на объект;

в) совокупность методов управления для решения какой–либо проблемы;

г) основы разделения управленческой деятельности и закрепления ответственности;

д) это основная единица организации системы управления.

20. Наиболее важное в понимании маркетинга отражает следующее утверждение маркетинг – это:

а) производство товаров, пользующихся спросом;

б) управление параметрами внешней среды предприятия;

в) сбыт продукции в условиях субъекта товаров;

г) реклама и другие средства стимулирования продаж;

д) максимальный учет интересов потребителя в производстве и реализации продукта.



Темы рефератов

Оценка и анализ внешней среды.

Управленческое обследование внутренних сильных и слабых сторон организации.

Изучение стратегических альтернатив. Выбор стратегии.

Реализация стратегического плана, контроль за его выполнением.

Природа процесса принятия решений. Организационные решения.

Этапы рационального решения проблем.

Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.

Делегирование, ответственность в контексте делегирования, полномочия.

Виды структур управления.

Сущность, виды, достоинства и недостатки централизованных структур управления.

Сущность, виды, достоинства и недостатки децентрализованных структур управления.

Сущность, достоинства и недостатки адаптивных структур управления.

Сущность и эволюция понятия мотивация. Современные теории мотивации.

Содержательные теории мотивации, их применимость в практике управления.

Процессуальные теории мотивации, их применимость в практике управления.

Сущность и виды контроля в организации.

Процесс контроля, его основные этапы. Характеристики эффективного контроля.

Поведенческие аспекты контроля в организации.

Группы и их значимость. Хоторнские эксперименты.



Неформальные организации и их характеристики.

Руководство в организации. Власть и влияние. Баланс власти в организации.

Подходы к определению значимых факторов эффективного лидерства: подход с позиции личных качеств, поведенческий подход, ситуационный подход.

Теория «Х» и теория «У» Дугласа МакГрегора. Характеристики основных стилей руководства: автократичного, либерального, демократического.

Управленческая решетка Р.Блейка и Д.Мутон. Руководство, сосредоточенное на работе, и руководство, сосредоточенное на человеке.

Ситуационные подходы к лидерству: ситуационная модель Фидлера, подход «путь-цель» Митчела и Хауса.

Ситуационные подходы к лидерству: теория жизненного цикла Херси и Бланшара, модель принятия решений Врума –Йеттона.

Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине

1. Рыночная экономика и менеджмент: понятия, сущность и функции менеджмента.

2. Внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере сервиса и туризма.

3. Основные этапы развития менеджмента.

4. Школа научного управления.

5. Школа человеческих отношений.

6. Классическая и административная школы управления.

7. Деятельность менеджера в системе менеджмента, качество менеджмента.

8. Опыт менеджмента за рубежом.

9. Специфика менеджмента и возможности его использования в России.

10. Специфика менеджмента в сфере сервиса и туризма.

11. Сущность организации, ее характеристики, цели и задачи управления предприятием.

12. Типы организационных структур управления предприятиями

13. Централизация и децентрализация управления организацией. Преимущества и недостатки.

14. Основные элементы проектирования организационных структур.

15. Внешняя среда в бизнесе. Влияние среды прямого и косвенного воздействия.

16. Взаимосвязь внутренних элементов организации.

17. Характеристики основных принципов менеджмента.

18. Состав и взаимосвязь основных функций менеджмента.

19. Основные элементы стратегического планирования в организации.

20. Характеристика целей организации.

21. Оценка и анализ внешней среды. Перечень внешних опасностей и возможностей.

22. Анализ стратегических альтернатив организации.

23. Тактическое и оперативное планирование в организации.

24. Сущность мотивации и ее основные компоненты, создание системы мотивации труда.

25. Теория мотивации А.Маслоу.

26. Двухфакторная теория мотивации Герцберга.

27. Теория ожидания Врума.

28. Теория справедливости.

29. Сущность концепции Мак Грегора: Теория «X» и теория «Y».

30. Организация контроля за деятельностью подчиненных.

31. Система коммуникаций в менеджменте.

32. Природа процесса принятия решений, методы принятия решений.

33. Виды управленческих решений.

34. Методы принятия управленческих решений.

35. Делегирование ответственности и полномочий.

36. Эффективная организация распределения полномочия.

37. Понятие трудового коллектива и его структура.

38. Структура и динамическая характеристика групп.

39. Руководство, власть, влияние.

40. Формы власти и влияния в управлении организацией.

41. Управление конфликтами в организации.

42. Природа и причины стресса.

43. Подходы к лидерству.

44. Социальная ответственность и этика делового общения.

45. Психология менеджмента.

46. Внешние связи и возможности менеджмента, налаживание взаимовыгодного сотрудничества.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения.

Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).



− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Критерии оценки знаний на экзамене

Экзамен может проводиться вформе устного опроса побилетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой илибез подготовки, поусмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи попрограмме данного курса.

Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются назаседании кафедры иподписываются заведующим кафедрой. Вбилете должно содержаться неболее трех вопросов.

Экзаменатор может проставить экзамен без опросаили собеседования тем магистрантам, которые активно участвовали всеминарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. магистрант не затрудняется с ответом при видоизменении

задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» **-** студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 04.09.2023	Горбанев Сергей Викторович
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 07.09.2023	Задорожная Людмила Ивановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 11.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.26 Основы маркетинга*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	9		Преддипломная практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и б	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности					
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах					
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Уметь: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Маркетинг в коммерческом секторе. Маркетинг в некоммерческом секторе. Маркетинг в глобальном масштабе
2. Маркетинг в коммерческом секторе.
3. Маркетинг в некоммерческом секторе.
4. Маркетинг в глобальном масштабе
5. Маркетинг в некоммерческом секторе.
6. Маркетинг в глобальном масштабе.
7. Ценность продукта для потребителя и его удовлетворение.
8. Привлечение и удержание потребителей
9. Влияние факторов маркетинговой среды на деятельность предприятия
10. Обзор методов прогнозирования и измерения спроса.
11. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации.
12. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях.
13. Система обеспечения маркетинговых решений
14. Перспективы использования сегментационного подхода в организации маркетинговой деятельности предприятия
15. Стратегии маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара.
16. Решения в области товарных линий.
17. Принятие решений в области торговых марок.
18. Оптимизация структуры предлагаемого ассортимента товаров.
19. Маркетинговые стратегии в сфере обслуживания.
20. Предоставление сопутствующих услуг
21. Инициирование изменения цен и реакция на ценовые изменения.
22. Взаимосвязь спроса, предложения и цены.
23. Управление каналом распределения.
24. Динамика каналов распределения.
25. Сотрудничество, конфликты и конкуренция в каналах распределения.
26. Тенденции в розничной торговле.
27. Тенденции в оптовой торговле.

28. Маркетинговая логистика.
29. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями.
30. Определение целей коммуникаций и целевой контактной аудитории.
31. Создание общего бюджета на продвижение.
32. Разработка системы сбыта.
33. Выбор рекламной идеи.
34. Управление службой сбыта.
35. Назначение ярмарок в системе продвижения товара.
36. Роль выставок на товарном рынке.
37. Фирменный стиль предприятия.
38. Проблемы поддержания качества и конкурентоспособности продукции в рыночных условиях.
39. Методические подходы к оценке качества и конкурентоспособности продукции.
40. Методы продвижения в Интернете
41. Использование Интернет при формировании имиджевых коммуникаций.
42. Инжиниринг, реинжиниринг и совершенствование маркетинговой стратегии предприятия.
43. Формирование бюджета маркетинговой стратегии.
44. Стратегическое планирование в корпорации и подразделении.
45. Пути оптимизации системы управления маркетингом на предприятии
46. Основные позиции менеджмента предприятий.
47. Развитие маркетинговых структур на предприятиях России.
48. Обратные связи в системе контроля маркетинга.
49. Пути совершенствования системы маркетингового контроля

Тестовые задания

1. Какую систему представляет собой маркетинг?

а) производственную;

б) сбытовую;

в) производственно-сбытовую.

г) свой вариант ответа.

2. Для маркетингового подхода к управлению бизнесом характерно перемещение издержек фирмы в область:

а) производство товара (услуги);

б) научно-исследовательских и опытно- конструкторских разработок;

в) реализации продукции;

г) свой вариант ответа.

3. Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам) - это основание для реализации маркетинговой концепции:

а) совершенствования товара;

б) интенсификации коммерческих усилий (реклама);

в) совершенствования производства;

г) свой вариант ответа.

4. Ориентация фирмы на извлечение прибыли за счет увеличения объема продаж производимого товара (услуги) характерна для:

а) стратегии современного маркетинга;

б) интенсификации коммерческих усилий;

в) стратегии совершенствования производства;

г) свой вариант ответа.

5. Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары (услуги) только наивысшего качества, соответствует концепции:

а) совершенствования производства;

б) социально-этичного маркетинга;

в) совершенствования товара;

г) свой вариант ответа.

6. Маркетинговая концепция предполагает, что планирование коммерческой деятельности начинается:

а) с разработки новых товаров и услуг;

б) с анализа данных о спросе на товары (услуги);

в) с планирования мероприятий по организации производственной базы предприятия;

г) свой вариант ответа.

7. Идея социально-этического маркетинга выражается:

а) созданием высококачественных товаров с особыми характеристиками;

б) учетом долговременных интересов общества;

в) производством товаров с общественно-необходимыми минимальными издержками;

г) свой вариант ответа.

8. Комплекс маркетинга – микс включает себя:

а) управление предприятием;

б) совокупность инструментов (товар, цена, сбыт, продвижение);

в) выбор условий реализации товара;

г) свой вариант ответа.

9. Вспомогательные системы маркетингане включают в себя:

а) организацию службы маркетинга;

б) систему маркетингового контроля;

в) систему маркетинговой информации;

г) систему планирования и прогнозирования;

д) свой вариант ответа.

10. Маркетинговая среда предприятия является:

а) частью его микросреды;

б) частью его макросреды;

в) совокупностью микро- и макросреды;

г) свой вариант ответа.

11. Контактной аудиторией для производителя являются:

а) поставщики;

б) конкуренты;

в) клиентура;

г) средства массовой информации;

г) свой вариант ответа.

12. В чем заключается отличие ассортимента от номенклатуры:

а) номенклатура входит в состав ассортимента;

б) ассортимент более узкое понятие, входит в состав номенклатуры;

в) ассортимент и номенклатура не используются одновременно для характеристики одного и того же множества товаров;

г) свой вариант ответа.

13. Целевой рынок – это:

а) сегмент потребителей с устойчивыми потребностями в отношении предлагаемого товара;

б) наиболее перспективный и выгодный для предприятия сегмент рынка, на который направлена его маркетинговая деятельность;

в) сегмент, на котором сконцентрировались существующие производители самых конкурентоспособных товаров;

г) свой вариант ответа.

14. Система маркетинговой информации – это:

а) информационное обеспечение маркетинговой деятельности предприятия;

б) вспомогательная система маркетинга;

в) совокупность всей информации, необходимой для выполнения маркетинговых мероприятий;

г) свой вариант ответа.

15. Маркетинговые исследования – это:

а) сбор, обработка и анализ данных с целью уменьшения неопределенности при принятии маркетинговых решений;

б) совокупность всей информации, характеризующей состояние внешней и внутренней среды предприятия;

в) совокупность первичных и вторичных данных, подлежащих экспертизе;

г) свой вариант ответа.

16. Теория, построенная на предположении о том, что поведение человека базируется на необходимости удовлетворения потребностей разного уровня, от более настоятельных до менее настоятельных – это:

а) теория мотивации З.Фрейда;

б) теория мотивации А.Маслоу;

в) теория мотивации Д.Шварца;

г) теория рационального потребления;

д) теория предельной полезности;

е)свой вариант ответа.

17. Услуги – это:

а) объекты продажи в виде выгод, действий и удовлетворений;

б) объекты продажи, не принимающие овеществленной формы;

в) объекты продажи, неспособные к хранению;

г) все, что может удовлетворить нужду или потребность и предлагается на рынке с целью привлечения внимания, приобретения и потребления;

д) свой вариант ответа.

18. Построение «дерева целей» при стратегическом планировании подчиняется следующей закономерности:

а) достижение целей нижестоящего уровня способствует достижению целей вышестоящего уровня;

б) достижение целей вышестоящего уровня способствует достижению целей нижестоящего уровня;

в) достижение целей нижестоящего уровня не связано с достижением целей вышестоящего уровня;

г) свой вариант ответа.



19. Какой вид маркетингового контроля направлен на то, чтобы проверить, использует ли предприятие наилучшим образом свои маркетинговые возможности:

1. контроль за выполнением годовых планов;

2. контроль прибыльности;

3. контроль результатов;

4. контроль эффективности маркетинговых мероприятий;

5. стратегический контроль.

20. Ревизия маркетинга – это:

а) комплексное исследование маркетинговой среды фирмы, ее задач, стратегий, коммерческой деятельности с целью выявления возникающих проблем и открывающихся возможностей для выработки рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности фирмы;

б) контроль результатов деятельности АТП, направленный на установление совпадения или несоответствия основных запланированных показателей реально достигнутым результатам по экономическим (сбыт, доля рынка) и неэкономическим (отношение потребителей, имидж предприятия) критериям.

в) детальный анализ информационной базы планирования, контроль целей и стратегий, мероприятий маркетинга, организационных процессов и структур.

г) свой вариант ответа.

В**опросы к экзамену**

1. Социально-экономическая сущность маркетинга.
2. Цели и функции маркетинга
3. Основные условия применения и принципы маркетинга.
4. Основные понятия маркетинга.
5. Эволюция концепции маркетинга.
6. Типы маркетинга.
7. Технология реализации концепции маркетинга
8. Сущность, содержание, задачи и направления маркетинговых исследований.
9. Правила и этапы проведения маркетинговых исследований.
10. Система маркетинговой информации.
11. Методы сбора первичных данных.
12. Составляющие факторы внешней маркетинговой среды (макросреды).
13. Составляющие факторы внутренней маркетинговой среды (микросреды).
14. Понятие и признаки сегментации рынка.
15. Выбор целевых рыночных сегментов.
16. Позиционирование товара на рынке.
17. Понятие и значение товарной политики.
18. Общая характеристика и классификация товаров.
19. Понятие о структуре и уровнях товара.
20. Концепция жизненного цикла товара
21. Стратегия разработки новых товаров
22. Разработка товарного ассортимента
23. Упаковка и маркировка товаров.
24. Цена в комплексе маркетинга.
25. Постановка целей ценообразования.

26. Выбор метода ценообразования.
27. Управление ценами.
28. Определение и реализация ценовой стратегии
29. Функции и уровни каналов распределения товаров.
30. Организация товародвижения в системе маркетинга.
31. Маркетинговые системы распределения товаров (традиционные, вертикальные, горизонтальные).
32. Типы торговых посредников.
33. Сущность, природа и роль маркетинговых коммуникаций.
34. Разработка коммуникационной стратегии.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования



Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена: **:**	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.27 Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития			
2	3		Основы медиапланирования
4	5		Основы копирайтинга
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.			
4	4		Экономика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-9.2 Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.			
4	4		Экономика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-9.3 Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности.			
4	4		Экономика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах					
ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития					
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, реферат, презентации, зачет
Уметь: учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при формировании и использовании интегрированных коммуникаций; создавать тексты рекламы и связей с общественностью и/или коммуникац	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ионных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов;					
Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.					
Знать: экономические законы производства: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики;- основы микроэкономики, теорию потребительского поведения, издержки производства, типы рыночных структур, рынки факторов производства; основы макроэкономической политики государства, основные макроэкономические показатели и принципы их расчета; механизм формирования валового внутреннего продукта и валового национального дохода, теорию макроэкономического равновесия, бюджетно-налоговую и дене	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, реферат, презентации, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
жно-кредитную политику, механизм регулирования инфляции и безработицы; основы функцион ирования мировой экономики.					
Уметь: оценивать постоянно изменяющуюся со циально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач;- применять творческий, аналитический, прогностический, креативный и др. подходы к решению проблемы исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;- использовать экономический инструментарий анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации); адекватно воспринимать содержание, находить и анализировать экономическую информацию, имеющуюся в экономической литературе и используемую в СМИ для ориентирования в основных текущих проблемах экономики;- анализировать экономическую политику государ ства,формировать собственную позицию по отношению к ней и вырабатывать свою точку зрения на происходящие в стране экономические процессы	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Владеть: навыками решения простейших задач по дисциплине; навыками графического иллюстрирования вопросов экономики;- методами системного творческого решения проблемы исследования на базовом уровне исходя из поставленных задач и ожидаемых результатов; - навыками содержательной интерпретацией и адаптацией знаний экономической теории для решения профессиональных задач; способностью к обобщению, поиску и оценке альтернативных способов решения поставленных экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.2 Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.					
Знать: основные принципы и содержание экономических законов и категорий, структуру экономических показателей; источники и способы анализа экономической информации, характеризующей денежную, валютную, кредитную, банковскую системы.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, реферат, презентации, зачет
Уметь: применять экономические модели и методы для описания процессов и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
явлений в различных сферах деятельности;- пользоваться различными инструментами сбора, анализа и обработки экономических данных;- организовывать собственную деятельность числе в области учёта расходов и доходов, приобретения финансовых продуктов услуг), выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;- правильно использовать теоретические практической деятельности по использованию экономической информации;- результативно использовать современные финансовые инструменты;- решать типичные задачи в области семейного бюджета.					
Владеть: основами экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности;методами сбора и анализа экономической информации	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.3 Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности					
Знать: финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, реферат, презентации, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
собственные экономические и финансовые риски					
Уметь: использовать финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методами рационального подхода к управлению личным и семейным бюджетом, на базе которого человек организует эффективное расходование своих средств;- навыками поддержания здорового баланса доходов и расходов в личном и семейном бюджете;навыками успешного использования инструментов инвестирования и сбережения, и избежание бессмысленных трат и финансовых потерь.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания для проведения контроля знаний по дисциплине «Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность»

Вариант 1

1. Мировая экономика – это:

а) сфера устойчивых товарно-денежных отношений между странами, основанная на

международном разделении труда;

б) система кредитных отношений между странами;

в) совокупность национальных экономик стран мира, связанных между собой обменом товаров, услуг и движением факторов производства;

г) объединение стран в международные экономические организации.

2. Для этапа развития мировой экономики, который начался в 70-е гг. XX в., характерны:

а) кризисные явления, которые усилили тенденции к автаркии;

б) начало перехода промышленно развитых стран к интенсивному типу экономического роста на основе современных наукоемких и ресурсосберегающих производств;

в) распад колониальной системы и возникновение крупнейших транснациональных корпораций, которые стали важным элементом мировой экономики;

г) захват крупнейшими компаниями основных мировых источников сырья и рынков сбыта.

3. Политика автаркии заключается:

а) в усилении ориентации национальной экономики;

б) в установлении экономических санкций в отношении страны со стороны других стран;

в) в добровольной самоизоляции экономики страны от мировой экономики.

4. Уровень экономического развития страны характеризует показатель:

а) ВВП на душу населения в год;

б) доля обрабатывающей промышленности в объеме промышленной продукции;

в) общий объем ВВП, произведенный за год;

г) торговый баланс страны.

5. В мировой экономике промышленно развитые страны и страны переходной экономики можно выделить на основе критериев:

а) ежегодные темпы инфляции, уровень безработицы;

б) экономический потенциал страны;

в) ВВП на душу населения, отраслевая и институциональная структура экономики,

социальная структура общества;

г) годовые темпы роста ВВП.

6. Некоторые богатые страны не являются промышленно развитыми, а относятся к развивающимся странам в связи с:

а) аграрной структурой экономики;

б) уровнем национального дохода на душу населения;

в) монокультурным характером экономики;

г) особенностями институциональной структуры экономики.

7. Сегодня более 70% мирового экспорта обеспечивают страны:

а) промышленно развитые;

б) развивающиеся;

в) страны переходной экономики;

г) развивающиеся страны и страны переходной экономики в совокупности.

8. Признаки открытой экономики:

а) экспорт превышает импорт;

б) внешнеторговый оборот достигает 25% от ВВП;

в) импорт превышает экспорт;

г) внешнеторговый оборот достигает 10% от ВВП.

9. Коэффициент эластичности внешнеторгового оборота по отношению к ВВП показывает:

а) степень открытости национальной экономики;

б) структуру ВВП;

в) изменение структуры внешнеторгового оборота.

10. Коэффициент эластичности спроса по доходам показывает:

а) долю импорта во внешнеторговом обороте страны;

б) опережение темпов роста импорта, по сравнению с темпами роста экспорта;

в) на сколько процентов изменяется импорт, если доходы в стране меняются на 1%.

11. Сравнение объемов ВВП, подсчитанных по официальным валютным курсам национальных валют к доллару США, ведет к:

а) занижению реальных объемов ВВП развитых стран, по сравнению с развивающимися странами;

б) завышению реальных объемов ВВП развитых стран, по сравнению с развивающимися;

в) не искажает реальные объемы ВВП.

12. В развивающихся странах в производстве ВВП доля неформального сектора, бартерных сделок, производства домашних хозяйств, по сравнению с развитыми странами:

а) больше;



б) меньше.

13. Для слаборазвитых стран более актуальными, чем для стран переходной экономики, являются проблемы:

а) дефицита капитала, низкой квалификации рабочей силы;

б) продовольственная;

в) приватизации промышленности;

г) «бегства» капиталов за границу.

14. Взаимозависимость национальных экономик означает, что:

а) рост дохода в одной стране стимулирует рост дохода в других станах;

б) обязательна координация макроэкономической политики;

в) страны обязательно участвуют в таможенных союзах;

г) страны обязаны согласовывать параметры государственного бюджета.

Вариант 2

1. Если известны объемы экспорта и импорта страны, то это позволяет вычислить:

а) экспортную квоту;

б) внешнеторговую квоту;

в) торговый баланс;

г) оборот внешней торговли.

2. Удельный вес товара в мировом экспорте составляет 11%. Удельный вес данного товара в экспорте страны составляет 6%. На основе указанных данных можно рассчитать:

а) коэффициент темпов международного разделения труда;

б) экспортную квоту;

в) коэффициент относительной экспортной специализации страны;

г) коэффициент покрытия.

3. Главный вопрос, ответ на который стремятся дать все теории международной торговли:

а) кто участвует в международной торговле;

б) какие выгоды получают участники международной торговли;

в) какие товары участвуют во внешнеторговом обмене;

г) сколько товаров участвует в международной торговле.

4. Из перечисленных ниже допущений НЕ соответствует теории абсолютных

преимуществ в международной торговле А. Смита:

а) издержки производства постоянны;

б) транспортные расходы равны нулю;

в) в создании стоимости товара участвуют три фактора: труд, капитал и земля;

г) нет ограничений внешней торговли.

5. Выберите аргумент в защиту свободы торговли:

а) таможенные пошлины и другие протекционистские ограничения снижают стимулы развития национального производства, поскольку ослабляют конкуренцию;

б) таможенные пошлины – важный источник доходов государственного бюджета;

в) таможенные пошлины и другие протекционистские меры препятствуют росту безработицы в стране, которая их применяет.

6. Выберите аргумент в защиту протекционизма:

а) таможенные пошлины и другие протекционистские меры снижают уровень

благосостояния торгующих стран, поскольку ведут к удорожанию всех товаров;

б) протекционистские меры всегда выгодны производителям отечественных товаров, конкурирующих с импортом;

в) протекционистские меры могут понизить эффективность структур национальной экономики, поскольку могут сохранить неэффективную отрасль;

г) таможенные пошлины являются источником доходов государственного бюджета.

7. Таможенная пошлина, которая рассчитывается в процентах от таможенной стоимости товара:

а) специфическая;

б) комбинированная;

в) адвалорная.

8. Предположим, страна производит товар только из импортного сырья. Аналогичный товар импортируется из страны-поставщика сырья. В этих условиях наиболее эффективно защитят отечественного поставщика товара:

а) 12%-ая адвалорная пошлина на импорт сырья и товара;

б) 9%-ая пошлина на импорт товара и 2%-ая пошлина на импорт сырья;

в) специфическая пошлина 4 евро за 1 кг на импорт сырья и товара;

г) 16%-ая адвалорная пошлина на импорт товара и 30%-ая пошлина на импорт сырья.

9. Базисная ставка таможенной пошлины установлена в отношении товаров, происходящих из стран:

а) с которыми нет договора о режиме наибольшего благоприятствования в торговле;



б) с которыми есть указанный договор;

в) которые имеют режим торговых преференций;

г) слаборазвитых.

10. Отмена таможенной пошлины на импортируемый товар приведет к:

а) снижению внутренней цены аналогичного отечественного товара;

б) увеличению внутренней цены аналогичного отечественного товара;

в) росту производства этого товара внутри страны;

г) потерям бюджета страны.

11. Существенными инструментами защиты внутреннего рынка являются:

а) экспортные пошлины;

б) импортные квоты;

в) импортные пошлины;

г) экспортные субсидии.

12. Различие между импортной таможенной пошлиной и импортной квотой состоит в том, что:

а) пошлина приносит доход государству, а импортная квота – никогда;

б) импортная квота приносит доход государству, а тариф – нет;

в) квота обеспечивает наиболее надежную защиту национальных производителей от иностранной конкуренции, чем тариф;

г) пошлина ведет к росту внутренних цен на импортный товар, а квота – никогда.

Вариант 3.

1. Цель прямых иностранных инвестиций:

а) извлечение спекулятивной прибыли от вложений капитала в иностранные ценные бумаги, не дающих инвестору реального контроля над объектом инвестирования;

б) снижение дефицита государственного бюджета страны-инвестора;

в) контроль и управление зарубежными объектами инвестирования;

г) сокращение государственного внешнего долга страны-инвестора.

2. Портфельные иностранные инвестиции – это вложения капитала:

а) с целью контроля инвестора над зарубежным объектом размещения капитала;

б) в иностранные ценные бумаги, не дающие контроля над объектом инвестирования, с целью получения спекулятивной прибыли;



в) только в государственные ценные бумаги;

г) только в иностранные облигации.

3. Дочерние компании – это предприятия, в которых прямой инвестор-нерезидент владеет долей в капитале:

а) менее 10%;

б) более 50%;

в) менее 3%;

г) от 10% до 20%.

4. Транснациональная корпорация (ТНК) – это:

а) корпорация, действующая в нескольких отраслях;

б) крупнейшая национальная фирма;

в) корпорация, головная компания которой принадлежит капиталу одной страны, а

филиалы размещены во многих странах;

г) корпорация, зарегистрированная в оффшорной зоне.

5. Принимающая страна для ТНК – это страна:

а) в которой находится головная компания ТНК;

б) в которой ТНК имеют дочерние, ассоциированные компании или филиалы;

в) член ВТО;

г) участник таможенного союза.

6. Полный контроль над объектом зарубежных инвестиций обеспечивается вывозом:

а) ссудного капитала;

б) предпринимательского капитала в форме прямых инвестиций;

в) предпринимательского капитала в форме портфельных инвестиций;

г) оборудования.

7. Филиал иностранной компании – это предприятие, где прямой инвестор владеет:

а) от 10 до 49% капитала;

б) 100% капитала;

в) менее 10% капитала;

г) не более 51% капитала.

8. В отраслях, связанных с производством товаров массового спроса, ТНК

создают стратегические альянсы с целью:

а) облегчения доступа на рынок;

б) сокращения инновационного периода;

в) диверсификацией рисков инноваций;

г) экономии НИОКР.

9. Основной объем производства ТНК в современных условиях сосредоточен в:

а) развитых странах;

б) развивающихся странах;

в) странах переходной экономики;

г) слаборазвитых странах.

10. В высокотехнологичных отраслях ТНК создают стратегические альянсы с целями:

а) сокращения инновационного периода;

б) облегчения доступа на рынок;

в) облегчения налогового бремени;

г) объединения конкурентных преимуществ участников.

Перечень тестовых заданий для промежуточной аттестации

1. Политику внешнеэкономического либерализма проводят страны:

А) добившиеся наиболее крупных успехов в своем развитии;

Б) с низким уровнем индустриализации экономики;

В) аграрно-индустриальные;

Г) получившие политическую независимость.

2. Наибольший спад производства ВВП (ВНП) имел место:

А) в мировой экономике в годы Великой депрессии;

Б) в США в 30-е годы XX в.;

В) в странах Западной Европы в 30-е годы XX в.;

Г) в России в 1992-1996 гг.

3. Многонациональным корпорациям свойственны:

А) национальный характер происхождения их капитала;

Б) международный характер деятельности и многонациональный по происхождению капитал;

В) международный характер деятельности и национальный по происхождению капитал;

Г) ограничения в сфере международных экономических отношений.

4. Валютный паритет – это соотношение денежных единиц разных стран:

А) определяемое их покупательной способностью;

Б) установленное в законодательном порядке;

В) устанавливаемое по их официальному золотому содержанию;

Г) устанавливаемое международными соглашениями.

5. На международную миграцию трудовых ресурсов влияют:

А) демографическая ситуация;

Б) высокий уровень безработицы внутри страны;

В) различия в уровнях оплаты труда;

Г) социально-политические факторы;

6. Миграционная политика России на современном трансформационном периоде должна исходить прежде всего из:

А) приоритета национальных интересов;

Б) обеспечения открытости экономики;

В) соблюдения международных норм в области прав человека;

Г) необходимости первоочередного включения страны в процесс глобализации.

7. Только экономическая интеграция характеризуется:

А) расширением международного разделения труда;

Б) ростом взаимной торговли;

В) наличием единого механизма регулирования социальных и экономических отношений;

Г) интернационализацией производства.

8. Завершающим этапом экономической интеграции является:

А) отказ от квотирования экспорта и импорта;

Б) отказ от лицензирования экспортных поставок;

В) свободное перемещение факторов производства в рамках одного экономического пространства;

Г) создание экономического и валютного союза стран.

9. Какая из международных денежных единиц являлась или является реальной, а не только счетной единицей:



А) переводной рубль;

Б) СДР;

В) ЭКЮ;

Г) евро.

10. Для определения «веса» каждой национальной валюты в валютной «корзине» используются данные:

А) о доходах на душу населения;

Б) о национальном богатстве;

В) о доле стран в мировом экспорте и мировых валютных резервах, а также величине ВВП;

Г) о доле стран в мировых золотых резервах.

11. Общественное разделение труда вытекает из:

А) природно-климатических условий производства;

Б) половозрастной структуры населения;

В) технических параметров используемой техники;

Г) экономической заинтересованности хозяйственных субъектов.

12. Разделение труда вызывает рост:

А) интенсивности труда;

Б) производительности труда;

В) издержек производства;

Г) стоимости единицы продукции.

13. Каждой из обозначенных римскими цифрами характеристик разделения труда подберите соответствующее ему понятие (1 общее, 2 - частное, 3 - единичное):

А) обособление крупных сфер хозяйственной деятельности, характеризующихся спецификой формирования продукта;

Б) обособление отдельных отраслей общественного производства;

В) обособление отдельных производств и технологических стадий в рамках предприятия.

14. Перерастание единичного разделения труда в частное обусловлено всем перечисленным ниже, кроме:

А) возрастания конструктивно-технологической общности выпускаемых видов продукции;

Б) настоятельного проявления меновой стоимости;

В) дифференциации производства в рамках крупных сфер хозяйственной

деятельности;

Г) появления межотраслевых производств, узлов, деталей и комплектующих изделий.

15. Основой новой тенденции дальнейшего развития общего разделения труда является:

А) интеграция в единый комплекс отдельных отраслей, т.е. частных видов разделения труда;

Б) развитие межотраслевых производств;

В) нарастающая роль потребителей стоимости благ;

Г) широкое использование частичных продуктов в широкой гамме готовых продуктов.

16. В основе международного разделения труда лежит принцип:

А) отраслевой обособленности;

Б) территориального обособления;

В) технико-технологической общности;

Г) естественного разделения труда.

17. Формирование и развитие мирового рынка сопряжено со всем перечисленным ниже, кроме:

А) углубления и расширения международного разделения труда;

Б) развития индустриализации;

В) развития транспорта и систем коммуникаций;

Г) автаркии национальных экономик.

18. Интернационализация производства представляет собой процесс экономических взаимосвязей между странами на основе:

А) обмена готовыми продуктами;

Б) различий в природно-климатических условиях;

В) специализации и кооперирования производства;

Г) преодоления странами экономической зависимости.

19. Принцип специализации стран в рамках международного обмена на основе сопоставления «абсолютных издержек» сформулировал:

А) У. Петти; Б) А. Смит; В) Д. Рикардо; Г) Дж. Милль.

20. Принцип «сравнительных издержек» впервые был сформулирован:

А) А. Смитом; Б) Дж. Миллем; В) Д. Рикардо; Г) К. Марксом.

21. Переведенный в США доход на капитал, вложенный американским гражданином в предприятие, находящееся на территории РФ, включается:

А) в ВВП России; Б) в ЧВП России; В) в ЧНД и ВНП США; Г) в ВВП США.

22. Согласно модели сравнительных преимуществ Хекшера Олина страны специализируются на выпуске продуктов исходя из сопоставления:

А) издержек производства;

Б) стоимости факторов производства;

В) предельных полезностей обмениваемых благ;

Г) трудовых затрат.

23. При исследовании внешнеэкономических связей США с помощью модели «затраты - выпуск» В. Леонтьев выявил парадокс, носящий его имя, который заключается в том, что США рассматривается как страна:

А) капиталоизбыточная;

Б) трудосбыточная в отношении высококвалифицированной рабочей силы;

В) с ограниченными природными ресурсами;

Г) с ограниченными трудовыми ресурсами.

24. Под чистым экспортом понимается:

А) разность между выручкой от экспорта продукции и затратами на ее производство;

Б) сальдо между экспортом и импортом;

В) доля экспорта в общем объеме производства;

Г) доля импорта в общем объеме потребляемой продукции внутри страны.

25. Под экспортной квотой понимается:

А) соотношение экспортируемых товаров по видам и степени их переработки;

Б) удельный вес всех экспортируемых отраслью товаров и услуг в их общем объеме;

В) соотношение объемов ввозимого в страну сырья и готовой продукции;

Г) вывоз всей прибыли, полученной на иностранный капитал.

26. Внешнеторговый оборот определяется путем:

А) вычитания из ВВП величины экспорта;

Б) прибавления к ВВП величины экспорта;

В) суммирования величин экспорта и импорта;

Г) вычитания из объема экспорта величины импорта.

27. В настоящее время в мировой торговле преобладают:

А) продовольственные товары;

Б) продукция обрабатывающей промышленности;

В) сырье;

Г) патенты, лицензии, «опыт и знания», инжиниринговые услуги.

28. При положительном сальдо внешней торговли ЧВП:

А) увеличивается; Б) остается неизменным; В) сокращается.

29. В рамках НТП распространение новой техники, технологий и производства новой продукции происходит на этапе:

А) фундаментальных исследовании;

Б) прикладных исследований;

В) опытно-конструкторских разработок;

Г) внедрения.

30. Политика протекционизма направлена на:

А) расширение импорта из-за рубежа;

Б) защиту отечественного производства от иностранных конкурентов;

В) сокращение отечественного экспорта;

Г) ограничение ввоза иностранного капитала.

Примерные темы рефератов (докладов и эссе) по дисциплине «Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность»

1. Сущность экономической системы.

2. Сущность международной экономической системы.

3. Структура международной экономической системы

4. Формы деятельности предприятий в условиях международной экономической системы.

5. Мировой рынок и международное движение товаров: конъюнктура и ценообразование.

6. Внешнеторговые операции по купле-продаже товаров.

7. Мировой рынок услуг. Формы реализации услуг. Внешнеторговое посредничество.

8. Внешнеторговые сделки по купле-продаже результатов творческой деятельности. Международная передача технологий.

9. Международное движение капитала: понятие и экономическая сущность.

10. Сущность, причины и формы международного движения капитала.

11. Современные тенденции и влияние международного движения капитала на мировую экономику.

12. Международная трудовая миграция.

13.Государственное регулирование миграции.

14. Международный научно-технологический обмен.

15. Сущность и предпосылки развития международного научно технологического обмена.

16. Структура и особенности мирового рынка технологий.

17. Основные формы передачи научно технических знаний.

18. Понятие, основные признаки и условия развития интеграции.

19. Формы и этапы интеграционных процессов.

20. Последствия и эффекты интеграции для экономического развития стран-участниц.

21. Современные интеграционные группировки.

22. Мировая валютная система.

23. Основные черты, типы и структура МВС.

24. Эволюция МВС.

25. Валютная система развивающихся стран.

26. Тенденции развития валютных рынков и государственное регулирование.

27. Международный кредит.

28. Международный кредит и его функции.

29. Понятие платежного баланса и основные принципы его построения.

30. Структура платежного баланса.

31. Балансировка платежного баланса.

32. Роль международных финансово-экономических организаций в мировой экономике.

33. Глобализационные детерминанты создания международных экономических организаций и развитие их регулирующих функций.

34. Влияние международных экономических организаций на трансформацию структуры и динамику международных экономических отношения.

35. Развитие организационно-управленческого механизма функционирования международных экономических организаций.

36. Международная экономическая деятельность: сущность, субъекты и формы.

37. Международное производство и международный бизнес.

38. Международная торговая деятельность.

39. Иностранная инвестиционная деятельность. Финансовая деятельность.

40. Экономика глобализации.

41. Политэкономия глобализации.

42. Экономическая перспектива глобализации.

43. Современная система мировой экономики

44. Место России в структуре мировой экономики

45. Стратегия дальнейшей интеграции России в мировую экономику.

Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность»

1. Интернационализация, транснационализация и глобализация хозяйственной жизни.

2. Мировая экономика (мировое хозяйство) как система.

3. Этапы становления всемирного хозяйства.

4. Состав и структура всемирного хозяйства.

5. Субъекты мировой экономики.

6. Особенности развития всемирного хозяйства в современных условиях.

7. Глобальные проблемы современности: понятие и классификация.

8. Глобальные проблемы современности и международные экономические отношения.

9. Международное разделение труда как материальная основа развития мирового (всемирного) хозяйства.

10. Сущность, формы и основные тенденции развития международного разделения труда.

11. Международное разделение труда: факторы и преимущества.

12. Международное разделение труда и НТП.

13. ТНК и ТНБ в системе международных экономических отношений.

14. Теории международного разделения труда и международной торговли.

15. Ресурсный потенциал мировой экономики.

16. Отраслевая структура всемирного хозяйства.

17. Мировой воспроизводственный процесс.

18. Основные показатели развития всемирного хозяйства.

19. Показатели, характеризующие уровень развития страны и ее участие в международном разделении труда.

20. Международные экономические организации.

21. Типология стран мира: критерии и основные подходы.

22. Общая характеристика отдельных групп стран: развитые страны с рыночной экономикой.

23. Экономическая политика стран с развитой рыночной экономикой.

24. Развивающиеся страны в мировой экономике.

25. Общая характеристика отдельных групп стран: страны с переходной (трансформационной) экономикой.

26. Модели социально-экономического развития.

27. Основные формы международных экономических отношений.

28. Современные тенденции развития международной торговли.

29. Международная торговля товарами: динамика и структура.

30. Особенности международной торговли услугами.

31. Внешнеторговая политика государства. Либерализация и протекционизм в мировой торговле.

32. Современные тенденции во внешнеэкономической политике государств.

33. Инструменты внешнеторговой политики государства.

34. Таможенно-тарифное регулирование внешней торговли.

35. Нетарифные барьеры в системе государственного регулирования ВЭД.

36. Формы государственного стимулирования экспорта.

37. Межгосударственное регулирование внешней торговли. ГАТТ. ВТО: структура и задачи.

38. Россия и ВТО.

39. Международная специализация и производственно-сбытовая кооперация.

40. Международное научно-техническое сотрудничество.

41. Международный обмен информацией и передача технологии.

42. Международная трудовая миграция: виды, формы, факторы, последствия.

43. Международное движение капитала: формы, масштабы, динамика и структура.

44. Международный кредит: сущность, принципы, формы.

45. Факторы ценообразования в международной торговле.

46. Международные валютные отношения как форма международных экономических отношений.

47. Национальные, региональные и мировая валютные системы: их эволюция, основные черты, современное состояние.

48. Валютная политика. Государственное и межгосударственное регулирование международных валютных отношений.

49. Международные и региональные валютно-финансовые и кредитные организации.

50. Мировой рынок ссудных капиталов. Международные финансовые центры.

51. Проблема внешней задолженности государств.

52. Факторы, влияющие на уровень валютного курса. Валютный курс как инструмент внешнеэкономической политики.

53. Платежный баланс. Торговый баланс. Баланс текущих операций. Методы регулирования балансов.

54. Сущность, цели и основные формы международной экономической интеграции.

55. Развитие интеграционных процессов в различных регионах мира (Азия, Африка, Европа, Латинская Америка и др.)

56. Региональные интеграционные объединения: Европейский Союз (ЕС), НАФТА, МЕРКОСУР, АСЕАН, АТЭС и др.

57. Интеграционные процессы на постсоветском пространстве.

58. Цели, задачи, принципы и основные направления внешнеэкономической политики государства.

59. Содержание понятия «внешнеэкономическая деятельность». Виды и формы внешнеэкономической деятельности.

60. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности: принципы и основные направления.

61. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности в РФ.

62. Основные виды международных коммерческих операций.

63. Внешнеторговые сделки: сущность, подготовка, заключение, методы определения эффекта и эффективности.

64. Внешнеторговые операции.

65. Арендные операции. Лизинг, его виды.

66. Инжиниринг.

67. Внешнеторговые контракты, их структура и содержание.

68. Базисные условия поставки (INCOTERMS).

69. Валютные условия и цены внешнеторговых контрактов.

70. Особые экономические зоны.

71. Россия в мировой экономике.

72. Внешняя торговля России: структура и динамика.

73. Экономический и научно-технический потенциал РФ.

74. Эволюция внешнеэкономического комплекса РФ.

75. Основные положения Внешнеэкономической стратегии России 2025.

76. Внешнеэкономическая политика России на современном этапе.

77. Россия в международном движении капитала. Иностранные инвестиции в России.

78. Пути повышения международной конкурентоспособности России.

79. Коммуникационные системы в мировом хозяйстве.

80. Информационное обеспечение ВЭД.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.



− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата (доклада, эссе)

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата (доклада, эссе):

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка **«зачтено»** ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Оценка **«не зачтено»** ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.



Разработчик:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Киселева Вера Алексеевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.28 Иностранный язык профессионального общения*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ			
12	12		Теория и практика рекламы и связей с общественностью
7	7		Иностранный язык профессионального общения
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем			
12	12		Теория и практика рекламы и связей с общественностью
7	7		Иностранный язык профессионального общения
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
УК-4.5 Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно			
123	123		Иностранный язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
7	7		Иностранный язык профессионального общения
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем					
ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ					
Знать: отличительные особенности медиатекстов,и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	кейс-задания, контрольная работа, тесты, экзамен.
Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
продуктов разных медиасегментов и платформ;					
Владеть: навыками выбора медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем					
ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем					
Знать: методы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	кейс-задания, контрольная работа, тесты, экзамен.
Уметь: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	кейс-задания, контрольная работа, тесты, экзамен.
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	кейс-задания, контрольная работа, тесты, экзамен.
Уметь: - определять природу,	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официальные-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.			ошибки		
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.5 Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно					
Знать: терминологическую, общенаучную, служебную лексику научной профессиональной литературы,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	кейс-задания, контрольная работа, тесты, экзамен.

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
лексику устной формы общения.					
Уметь: переводить аутентичные профессиональные тексты с иностранного на государственный язык и обратно.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками анализа и реферирования профессионально-деловых текстов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные тестовые задания для контроля знаний

ВАРИАНТ 1

ЗАДАНИЕ 1. Choose the correct variant. Underline it.

(Выберете правильный вариант. Подчеркните его.)

1. This time tomorrow I ….

a) will be skiing **b)** will skiing **c)** skied **d)** was skiing

2. She … from two till five tomorrow.

a) will work **b)** will working **c)** worked **d)** will be working

3. The car … 1000,000 miles.

a) will soon do **b)** will soon doing **c)** will soon have done **d)** is doing

4. How long … she … here?

a) did work **b)** is working **c)** does work **d)** has been working

5. I saw Sid when I … to work this morning?

a) came **b)** was coming **c)** were coming **d)** come

6. She was upset because Andrew ….

a) hadn’t telephoned **b)** don’t telephoned **c)** weren’t telephoned **d)** isn’t telephoning

7. The climate … warmer.

a) gets **b)** got **c)** getten **d)** is getting

8. Look! She … the same shoes as me.!

a) wears **b)** is wearing **c)** has wearing **d)** weared

9. My parents decided that we … my birthday on Saturday.

a) would celebrate **b)** shall celebrate **c)** celebrated **d)** will celebrate

10. Yesterday Tom heard that his aunt … for five days.

a) has been ill **b)** had been ill **c)** was ill **d)** is ill

11. He gave all his money to me because he … me.

a) will trust **b)** trusted **c)** has trusted **d)** were trusting

12. Ann hasn’t been informed that the lecture … on Friday.

a) haven’t taken place **b)** wouldn’t take place **c)** don’t took place **d)** won’t take place

13. Sally said, “I bought a new dress yesterday.”

a) Sally said that she had bought a new dress **b)** Sally said that she was bought a new dress

c) Sally said that she had been bought a new dress **d)** Sally said that she have bought a new dress

14. “Why hasn’t he locked the car door?” the policeman said.

a) The policeman asked why hadn’t he locked the car door **b)** The policeman asked why he hadn’t locked the car door **c)** The policeman asked he didn’t lock the car door

d) The policeman asked why didn’t he lock the car door

15. “Where is the nearest bus stop? The old man addressed a policeman.

a) The old man asked where was the nearest bus stop **b)** The old man asked a policeman where the nearest bus stop was **c)** The old man told a policeman where the nearest bus stop was **d)** A policeman asked where was the nearest bus stop

ВАРИАНТ 2

ЗАДАНИЕ 1. Choose the correct variant. Underline it.

(Выберете правильный вариант. Подчеркните его.)

1. Professor Asher … another lecture at the same time next week.

a) will be giving **b)** will give **c)** will have given **d)** will have been giving

2. We … you at 2 o’clock tomorrow.

a) will see **b)** will seeing **c)** will be seeing **d)** are seeing

3. The builder says he … the roof by Saturday.

a) will finish **b)** will be finishing **c)** finished **d)** will have finished

4. Next Christmas I … for 20 years.

a) will have been teaching **b)** will teach **c)** am teaching **d)** will be teaching

5. This time yesterday I …on the beach.

a) lied **b)** is lying **c)** was lying **d)** did lying

6. When I got to the car park I realized that I … my keys.

a) lost **b)** had lost **c)** was losing **d)** have lost

7. Why … you … at me like that?

a) do look **b)** is looking **c)** have looking **d)** are looking

8. Look out! My husband …!

a) comes **b)** is coming **c)** are coming **d)** came

9. Mike hoped that his friend … him with his car.

a) would help **b)** will help **c)** helped **d)** are helping

10. We didn't know the score, but we were sure their team … the game.

a) has lost **b)** lost **c)** was losing **d)** had lost

11. The police found out that Bob Slant … in London's suburbs at that time.

a) had been living **b)** lived **c)** lives **d)** are living

12. He said, "Where is Jill going?"

a) He asked where was Jill going **b)** He asked where Jill is going **c)** He asked where Jill was going **d)** he asked where did Jill go

13. Robby asked, "Bobby, do you know the Old Barn Hotel?"

a) Robby asked Bobby if he knew the Old Barn Hotel **b)** Robby asked Bobby did he know the Old barn Hotel **c)**Robby asked Bobby if knew he the Old Barn Hotel **d)** Robby asked Bobby if he is knowing

14. The doctor asked, "How do you feel?"

a) The doctor asked how did I feel **b)** The doctor asked how I had felt **c)** the doctor asked how I felt **d)** the doctor asked how felt I

15. "Will you be free tomorrow?" Colin asked Richard.

a) Richard asked would Colin be free the next day **b)** Colin asked if Richard will be free tomorrow **c)** Richard asked if will Colin be free tomorrow **d)** Colin asked Richard if he would be free the following day

Правильные ответы (ключи):

ВАРИАНТ 1

ГРАММАТИЧЕСКИЙ ТЕСТ

1. A

2. D

3. C

4. D

5. B

6. A

7. D

8. B

9. A 13. A

10. B 14. B

11. B 15. B

12. D

ВАРИАНТ 2

ГРАММАТИЧЕСКИЙ ТЕСТ

1. A

2. C

3. D

4. A

5. C

6. B

7. D

8. B

9. A

10. D 13. A

11. B 14. C

12. C 15. D

Кейс-задания

Кейс 1.

Ознакомьтесь с ситуацией. Оцените ее, опираясь на моральный кодекс PRSA. Как, по вашему мнению, подобная ситуация могла повлиять на свободу прессы?

Описание ситуации Для PR-специалистов нет ничего особенного в том, чтобы проявлять заботу о средствах информации, но только на временной основе. Не так обстоит дело среди государственных служащих. В 1978 г всеобщее внимание привлек факт создания условий для работы средств информации в общественных местах, например, судах или законодательных собраниях штатов. Им бесплатно предоставлялись парковка, пейджинговая связь и полностью оборудованное рабочее место, включая стол, пишущую машинку, телефон и даже обслуживающий персонал. Разумеется, расходы оплачивали налогоплательщики. Такой дополнительный доход (в карман журналистам) вызвал в Вашингтоне критику средств информации и Конгресса. Внезапно везде стали присматриваться к условиям, создаваемым государственными чиновниками для прессы, к большому неудовольствию тех из них, кто отвечал именно за связи со средствами массовой информации. Эти отношения серьезно осложнились, когда репортеров выставили за дверь. Тем не менее агентства новостей могли «сохранить лицо», оплачивая пользование предоставленными им удобствами.

Кейс 2.

Ознакомьтесь с ситуацией. Оцените ее, опираясь на правовые нормы, регулирующие информационную деятельность и профессиональные этические кодексы. Предложите свои решения по выходу из данного кризиса.

Описание ситуации Газета «Все путем» опубликовала на первой полосе сообщение о болезни премьер-министра. Информация была получена почти из первых рук, в результате приватной беседы с его пресс-секретарем. После публикации начались нападки на газету и

обвинения в разглашении секретных сведений. Это, по уверениям обвинителей, наносило вред государственным интересам страны. Некоторые высокопоставленные чиновники потребовали закрытия газеты и выдвигали редактору обвинения в государственной измене.

Кейс 3.

1. Ознакомьтесь со стенограммой пресс-конференции президента РФ В.Путина по данной ссылке http://президент.рф/news/171734.

2. Какие СМИ были аккредитованы?

3. Проанализируйте соотношение общероссийских и региональных СМИ.

4. Составьте список актуальных для СМИ вопросов, которые обсуждались на пресс-конференции.

5. Проанализируйте их тематику.

6. Вопросы какого плана преобладали (социальные, политические, экономические)?

Кейсы 4.

Описание ситуации Правительство Воронежской области проводит встречу с представителями компании «Бионорика АГ» (Германия) с участием заместителя председателя правительства Воронежской области – руководителя департамента промышленности и транспорта области А.С. Беспрозванных, представителей Агентства по привлечению инвестиций и государственно-частному партнерству.

Задание к кейсу:

1. Какие документы необходимо подготовить для журналистов?

2. Напишите текст пресс-релиза для деловых СМИ.

Кейс 5. Описание ситуации:

Для многих городов России актуальной является проблема льгот студентов и учащихся для проезда на пассажирском муниципальном транспорте.

Задание:

Проработайте схему информационного взаимодействия с муниципальной властью, в ведении которой находится решение этого вопроса. Предложите план проведения круглого стола между органами муниципальной власти, СМИ и общественными организациями.

Exercise 1. Read and translate the text.

The Pros and Cons of the Major Advertising Media

There are many different ways in which an advertiser's message can be communicated to his or her audience. In the States, as well as most other developed countries, newspapers still attract the largest share of the total advertising budget, with television, radio, direct mail and magazines accounting for most of the rest. Other media such as billboards, yellow pages, videotext and telemarketing, although growing steadily, still account for a relatively small part of the amount spent on advertising. Each medium, of course, has its own strengths and weaknesses, and a prospective advertiser would do well to consider these when devising the company's advertising strategy.

The main advantage of newspaper advertising is its broad reach, getting through to a wide spectrum of the population. There's permanence which you don't have with the electronic media and an all-year-round readership which makes long term strategies feasible. Regional newspapers also offer the advantages of geographical selectivity and flexibility. On the other hand, newspapers usually don't offer colour, and if they do the availability is limited and very often of mediocre quality. Most newspapers offer little in the way of demographic selectivity, which can make precise targeting very tricky.

Television's main appeal is that it offers a combination of sight and sound, which opens up an almost infinite range of creative possibilities. Furthermore, messages can be broadcast very frequently and, like newspapers, to a very broad target. The chief disadvantage, of course, is the high cost of production and air time. The message tends to be short-live land is often not seen at all as many viewers now have DVDs and skip over the advertisements.

Direct mail campaigns or mail shots as they're otherwise known rely on mailing lists containing the names of likely prospects. Obviously, the more specific the list, the more effective the campaign is likely to be - and some lists are very specific; for example, a list might contain the names of all the female shareholders between the ages of 40 and 65 in a particular geographical area and this makes targeting specific prospects much easier. Direct mail also has the ability to saturate a specific area quickly using a style and format that offers enormous flexibility. On the minus side, however, direct mail often meets with a certain amount of consumer resistance. It's also relatively expensive per exposure.

Radio offers the advantages of low cost and large potential audience. As with television, advertisers can select the stations and times favored by the audience they want to reach but, like television viewers, listeners can easily switch stations when the advertisements come on. Even if they don't switch stations, there's a tendency for people to use the radio for background sound and ignore the advertisements. Maybe it's because radio doesn't offer any visual possibilities.

Magazines differ from newspapers in several respects. Firstly, they tend to be kept much longer, sometimes for several weeks or months, and are often passed from person to person. Secondly, the quality of the reproduction is much better, which means advertisers can show their products accurately and create a quality image. Thirdly, special interest magazines offer greater selectivity in reaching specific market segments. However, the costs tend to be high and the campaign usually has to be prepared a long time in advance.

Exercise 2. Open the brackets and use proper tenses and voices.



1. Advertising in the national press (to be) usually much more expensive than advertising in the local press. 2. Both types of advertising (to sell) by the column centimetre, the half page and the page. 3. Television advertising in Great Britain (to be) the most expensive kind of advertising and (to cost) many thousands of pounds for just a few seconds of television time. 4. If the advertisement (to show) at a time when relatively few people (to watch), then it (to be) cheaper. 5. Hoarding advertisements (to put up) in eye-catchingpositions at the side of the road. 6. Technical journals (to read) by persons and companies who (to be) interested in this particular kind of product. 7. Technical journals usually (to print) once a month.

Exercise 3. Translate these word combinations from English into Russian and use them in your sentences.

Product placement, a promotional tactic, feature film, television series, a commercial product, favorable qualities, negative features, soap operas, the story line, a leading character, placement fees, below-the-line savings, barter systems, service deals, cellular phones, common practices, revenue stream, embedded advertisements.

Exercise 4. Read and translate the text.

First U.S. product placements are not very well known in Russia. For example, Popeye the Sailor Man ate canned spinach to get strong in 1929. After the cartoon was released, consumption of canned spinach in the United States rose by 30 percent.

Other textbook examples, however, are more well known, such as films about James Bond (Agent 007), the most product placement-rich of them being Tomorrow Never Dies, featuring such giants as BMW, Ericsson, Martini, Smirnoff, Omega, Visa, Caterpillar, Fujitsu, Avis, Heineken, and Brioni. Those contracts amply covered the film's $100 million budget.

Such auto giants as Ford and Mercedes make many hundreds of product placements in movies, and although the Pentagon somewhat lags behind them, it also does quite a few big product placements. It has a special subdivision with representative offices at major Hollywood studios. Films such as Saving Private Ryan and Top Gun are a result of such cooperation which is based on non-monetary, barter schemes. The Pentagon leased its gear and equipment, made available servicemen for crowd scenes, and provided consultations on the authenticity of combat action for a symbolic fee, but then it got 500 times more volunteers for the U.S. Marine Corps

Aviation after Tom Cruise featured as a pilot of an F-14fighter jet in the film Top Gun.

Вопросы к зачету

для студентов ОФО, ЗФО

1. Устно изложить одну из пройденных в течение семестра тем (выбор по билетам).

Тема 1. Public relations in commercial structures.

Тема 2. Place PR in modern management and business.

Тема 3. Definition of strategy of PR-activity of the organisation.

Тема 4. PR as a culture and philosophy of modern business.

Тема 5. PR-service in the organization.

Тема 6. The creation of corporation image.

Тема 7. The nature of image of the organization.

Тема 8. The stages of formation of corporate image.

Тема 9. Branding.

Тема 10. PR and social network.

2. Прочитать и пересказать на английском языке текст экономического характера объемом 1500 печатных знаков. Устно ответить на вопросы к тексту.

Текст № 1 Media dependence on Public Relations.

Текст № 2 Areas of friction.

Текст № 3 Advertising pressure.

Текст № 4 Tabloid journalism.

Текст № 5 Media etiquette.

Текст № 6 Crisis communication.

Текст № 7 Tips and background materials.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению контрольной работы

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у студентов способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т.д.

При оценке контрольной работы преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной работы;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствие с требованиями;

- автор защитил контрольную работу и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но



допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к выполнению тестового задания

Тест рассматривается как форма контрольно-тренировочного задания, предназначенного для определения (диагностики) уровня обученности и характеризующаяся следующими чертами:

а) простотой процедуры выполнения,

б) стандартностью структуры,

в) мелкой дозировкой учебного материала,

г) легкостью осуществления обратной связи,

д) возможностью непосредственной фиксации результатов,

е) квалиметрическими качествами, т. е. удобством количественного выражения качества выполнения задания.

Перечисленные характерные черты тестов делают их особенно пригодными для проведения как текущего, так и итогового контроля, в значительной мере устраняя субъективизм в оценках и резко снижая время, затрачиваемое преподавателем на проверку выполнения заданий. Для определения уровня студента существуют различные виды тестов, в зависимости от характера учебного материала.

Тесты являются не только эффективным инструментом контроля, но и адаптации.

Специфика тестов для контроля чтения заключается в следующем:

- прежде всего, тесты помогают сосредоточиться на извлечении информации с нужной полнотой и глубиной;



- стимулируя интеллектуальную активность учащихся, тест требует минимального применения продуктивных форм;

- тест - хороший инструмент адаптации, так как сам материал теста служит подкреплением;

- облегчая и убыстряя понимание, тест дает возможность предъявить большие требования к объему чтения.

Для контроля понимания в процессе чтения целесообразно использовать как наиболее адекватные избирательные тесты множественного выбора в следующих разновидностях: а) выбор правильного ответа на вопрос; б) завершение начатого высказывания на основе предложенных тезисов; в) расположение по порядку, группировка фактов; г) перекрёстный выбор, установление соответствий; д) вычеркивание специально вставленных лишних слов; е) заполнение пробелов специально пропущенными словами. Важно, что функциональный стиль и связанный с ним вид чтения сказываются на количестве тестовых заданий; для изучающего чтения их требуется больше, чем для просмотрового и ознакомительного. Есть и качественное различие в тестах. Оно кроется в сущности предлагаемых альтернатив, характер которых должен видоизменяться в зависимости от функционального стиля и связанного с ним видами чтения.

Тесты для контроля понимания фрагментов текстов, являющихся предметом для изучающего чтения, должны содержать альтернативы, касающиеся фактического содержания, стиля текста, идейного замысла. При тестировании научно-популярных текстов, связанных с ознакомительным видом чтения, следует пользоваться альтернативными, направленными на выявление фактического содержания.

В процессе контроля понимания чтения используются различные виды тестов:

1) тесты на выбор правильного ответа из двух предложенных вариантов;

2) тесты на выбор правильного ответа из нескольких предложенных вариантов;

3) тесты на группировку фактов.

Самая популярная разновидность - это тесты на выбор правильного ответа из нескольких вариантов. Сочетание правильной формы и неправильных альтернативных призвано «провоцировать» размышления читающего, стимулируя для этого необходимые мыслительные операции.

Эффективны тесты на определение действующих лиц, встречающихся в тексте, по их действиям и поступкам, а контроль понимания текста, содержащего прямую речь, лучше всего проводить путем определения действующих лиц по их высказываниям. Эти тесты помогают магистрантам глубже понять текст, его детали.

Кроме того, задания должны быть посильными для бакалавров:

1. Объём тестовой основы должен быть таким, чтобы учащиеся смогли удержать в памяти



прочитанное;

2. Текст должен быть законченным по содержанию отрывком;

3. Вопросы должны содержать изученный лексико-грамматический материал;

4. каждое тестовое задание должно быть автономно.

Тест стимулирует интеллектуальную активность учащихся: чтобы выбрать правильную альтернативу, они должны: 1) прочитать текст с общим охватом содержания; 2) осмыслить альтернативы; 3) соотнести каждую из них с содержанием текста; 4) принять нужную альтернативу.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа бакалавра не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа бакалавра не менее чем 70% тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа бакалавра не менее - 51%; .

Отметка «неудовлетворительно» - выставляется при условии правильного ответа бакалавра менее чем на 50% тестовых заданий.

Требования к выполнению кейс-задания

Кейс-задания - этометод активного проблемно – ситуационного анализа, при этом обучение основано на решении конкретных задач, содержащихся в ситуациях, описанных в кейсах. Главное её назначение – развивать способность анализировать информацию, формулировать проблемы и находить их решение.

Кейс-задания можно представить, как сложную систему использования других методов: моделирования, системного анализа, мысленного эксперимента, метода описания, дискуссии, игровых методов и др. Необходимость внедрения кейс-задания в практику образования вытекает из ориентации образования не столько на получение конкретных знаний, сколько на формирование умений и навыков мыслительной деятельности, развитию способностей. Кейс-технология относится к развивающим формам обучения, включает в себя достижения технологии «создание успеха». В тоже время это способ коллективного обучения, важнейшими составляющими которого являются работа в группах, обмен информацией.

Кейс – это конкретная жизненная или производственная (бизнес или научная) ситуация, рассказывающая о явлении или событии (последовательности событий), содержащая проблему (проблемы) для решения.

Как правило, кейс состоит из трех частей: вспомогательная информация, необходимая для анализа и работы с кейсом; описание ситуации, то есть сам кейс; задания к кейсу. При разработке кейса описанная ситуации должна учитывать уровень подготовки магистранта, то есть быть в меру сложной. Печатный кейс может содержать текст, графики, таблицы, диаграммы, иллюстрации, фотографии. Видео кейс может содержать фильм, аудио и видео материалы. Студентам должны быть даны четкие инструкции по работе с кейсом, включая временные ограничения.

Кейс-задания на занятиях может содержать три группы упражнений:

- упражнения, направленные на обеспечение бакалавра учебно-речевой ситуацией, темой, проблемой, способствующими появлению коммуникативно-познавательного мотива говорения и коммуникативного намерения; языковым и речевым материалом, наглядными средствами;

- упражнения, направленные на подготовку дискуссий, проектов, брейнстормингов, способных активизировать учебно-речевую деятельность бакалавров (без использования вспомогательных языковых, речевых и наглядных средств);

- упражнения контрольного характера.

Бакалавры могут изучать материалы кейса и дополнительную литературу заранее в качестве домашнего задания или получить материал кейса на занятии. В этом случае объем кейса является небольшим. Кейсы могут использоваться в начале занятия с целью повышения мотивации.

Кейс технология имеет некоторые ограничения. Кейсы целесообразно использовать в конце изучения больших тем, так как эта технология требует опоры на имеющиеся предметные знания. Кейс должен быть связан с жизненным опытом учащихся.

Кейс занятие, включает следующие этапы:

- подготовительный (преподаватель определяет дидактические цели занятия, разрабатывает кейс и сценарий);

- ознакомительный (обучающиеся знакомятся с информацией кейса);

- аналитический (анализ ситуации индивидуально или в группе, выделение проблемы, выработка путей ее решения с анализом их последствий);

- итоговый (презентация решения проблемы и программы действий, сравнение вариантов);

- рефлексия результатов учебной деятельности.

Бакалаврам предлагается следующая схема работы с кейсом:

- I этап - знакомство с ситуацией,

- II этап - выделение основной проблемы (проблем), выделение персоналий, которые могут повлиять на ситуацию;

- III этап - предложение концепций, гипотез, тем для «мозгового штурма»;

- IV этап - анализ последствий принятия того или иного решения;

- V этап - решение кейса (предложение одного или нескольких оптимальных вариантов действий, указание недостатков предложенных вариантов, механизмы предотвращения их негативных последствий).

Обучающимся необходимо проанализировать информацию, выявить и отобрать наиболее важное, осмыслить значение каждого абзаца, сделать предположения, выслушать и оценить альтернативные варианты одноклассников, сформулировать заключения и выводы.

Стратегия «мозговая атак» (Brainstorming) заключается в выдвижении самых разных идей без их критики. Количество идей предпочитается их качеству. Анализ и отбор лучших идей является следующим этапом работы.

Обучающиеся могут быть разделены на две группы. Обучающиеся первой группы (генераторы идей) предлагают варианты решения проблемы без их обсуждения. Все идеи фиксируются одним из учащихся. Вторая группа («аналитики») рассматривает предложения, не добавляя ничего нового, и отбирают лучшие.

При решении проблем кейса необходимо исследование сильных и слабых сторон выдвинутых решений, положительных и отрицательных последствий (угроз) их осуществления. Результаты анализа целесообразно представлять в табличной форме.

Можно предложить бакалаврам записать лучшие идеи в виде «цветка. В центре записывается проблема, по бокам в виде 5-8 лепестков способы ее решения.

Прием «гипотеза» включает следующие этапы:

- ознакомление с проблемной ситуацией;

- осознание сущности затруднения и формулирование проблемы;

- поиск способов решения проблемы путем выдвижения предположений и гипотезы;

- доказательство гипотезы;

- проверка правильности предложенного решения.

Стратегия «идеал» заключается в следующем:



I -выделение проблемы (identification of the problem);

D - описание проблемы (describing of the problem);

- определение вариантов подхода к решению проблемы (explanation of the variants of the problem solution);

A - действия (acting) по решения проблем;

L - выводы (научитесь делать выводы –learn to make conclusions), рефлексия проведенной работы.

Критерии оценивания выполнения кейс-задания

- предоставление нескольких направлений решений проблемы - 1-5 баллов;

- анализ преимуществ и недостатков предложенных решений;

- убедительность аргументации разработанных решений, приведение примеров (дополнительной информации, не содержащейся в кейсе) - 1-5 баллов;

- использование адекватных языковых средств - 1-5 баллов;

- умение отвечать на вопросы других обучающихся и преподавателя - 1-3 балла;

- соблюдение регламента выступления -2 балла; (Если кто-либо из магистрантов во время презентации решений проблемы кейса позволяет себе эмоциональные оценки, обсуждение, то данный бакалавр или группа получает штрафные очки -от 1 до 3 баллов.)

Все заработанные баллы и штрафные очки заносятся в таблицу. Побеждает та группа, которая набрала наибольшее количество баллов. Преподаватель отвечает за соблюдение протокола и подводит итоги занятий.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных бакалаврами и в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине. Зачет осуществляется на основе принципов объективности, справедливости, всестороннего анализа уровня знаний бакалавров.

Критерии оценки знаний на зачете

Зачет проводится в два этапа: перевести письменно иноязычный текст на русский язык



со словарем по специальности. Объем текста 1500 печатных знаков. Время выполнения - 60 мин и устно изложить одну из пройденных тем.

При выставлении оценки учитывается:

- знание фактического материала по программе, в том числе; знание обязательной грамматике;

- степень активности магистранта на семинарских занятиях;

- логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления;

- наличие пропусков семинарских и лекционных занятий по неуважительным причинам.

Критерии оценки сформированности навыков и умений говорения

Оценка	Характеристика ответа бакалавра
зачтено (отлично)	Логично построено монологическое высказывание (описание, рассказ) в соответствии с коммуникативной задачей, сформулированной в задании. Лексические единицы и грамматические структуры используются уместно. Речь понятна: звуки в потоке речи произносятся правильно, соблюдается правильный интонационный рисунок. Объем высказывания - не менее 12-15 фраз-предложений.
зачтено (хорошо)	Логично построенное в соответствии с коммуникативной задачей, сформулированной в задании. Лексические единицы и грамматические структуры используются уместно. Допускаются лексические и грамматические ошибки, которые не препятствуют пониманию речи. Речь понятна, есть наличие фонематических ошибок. Объем высказывания - не менее 10 фраз-предложений.
зачтено (удовлетворительно)	Монологическое высказывание (описание, рассказ) построено не всегда логично. Допускаются лексические и грамматические ошибки, которые затрудняют понимание речи. Объем высказывания - не менее 6 фраз-предложений.
не зачтено (неудовлетворительно)	Содержание ответа не соответствует поставленной коммуникативной задаче. Допускаются многочисленные лексические и грамматические ошибки.

	Речь не воспринимается на слух из-за большого количества фонематических ошибок.

Критерии оценки сформированности навыков перевода иноязычного

текста на русский язык

Оценка	Характеристика перевода текста
зачтено (отлично)	Перевод представляет собой адекватную передачу иноязычного текста средствами русского языка в неразрывном единстве содержания и формы.
зачтено (хорошо)	Перевод представляет собой адекватную передачу иноязычного текста средствами русского языка в неразрывном единстве содержания и формы. Допущено 30% грамматических и стилистических ошибок, приводящих к неточности перевода.
зачтено (удовлетворительно)	В переводе допущено 50 % грамматических и стилистических ошибок. Текст переведен не полностью.
не зачтено (неудовлетворительно)	Смысл текста искажен.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 09.06.2023	Девтерова Зурета Руслановна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.06.2023	Шадже Зариет Мухамчериевна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.29 Правовое регулирование рекламной деятельности*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях			
2	3		Основы медиапланирования
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы			
2	3		Основы медиапланирования
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
УК-10.1 Использует в профессиональной сфере действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	6		Противодействие коррупции в профессиональной сфере
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
УК-10.2 Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупции.			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	6		Противодействие коррупции в профессиональной сфере
УК-10.3 Использует в профессиональной сфере навыки оценки угроз проявления экстремизма, терроризма и коррупции			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
2	2		Профессионально-ознакомительная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	6		Противодействие коррупции в профессиональной сфере
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования					
ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях					
Знать: основы учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; правовые нормы как социальные регуляторы профессиональной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: анализировать проблемные ситуации правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью; оценивать влияние тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира на профессиональную деятельность	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; принципами и правилами профессиональной этике при решении профессиональны	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
х задач.					
ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования					
ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы					
Знать: тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых норм регулирования и возможности их использования в сфере консалтинга.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: планировать и реализовывать консалтинговую деятельность, с учетом специфики медиакоммуникационных систем региона.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками и методами осуществления отдельных этапов консалтинговой деятельности, на основе специфики медиакоммуникационных систем региона	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности					
УК-10.1. Использует в профессиональной сфере действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией.					
Знать: правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: использовать положения современного законодательства в области противодействия экстремизму, терроризму и коррупции	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения правовых норм, регулирующих борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений					
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения- соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера- навыками	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
применения современного инструментария для решения экономических задач					
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности					
УК-10.2. Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупции.					
Знать: основы социальных и профессиональных антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: использовать в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений в социальной и профессиональной сферах	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности					
УК-10.3 Использует в профессиональной сфере навыки оценки угроз проявления экстремизма, терроризма и коррупции					
Знать: социально-культурные причины проявления экстремизма, терроризма и коррупции	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: распознавать проявления экстремизма, терроризма и коррупции в общественной системе	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: идеологическими механизмами регулирования борьбы с проявлением экстремизма, терроризма и коррупции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности					
УК-10.2. Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупции.					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Знать: основы социальных и профессиональных антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: использовать в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений в социальной и профессиональной сферах	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности					
УК-10.2. Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупции.					
Знать: основы социальных и профессиональных антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: использовать в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений в социальной и профессиональной сферах	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности					
УК-10.2. Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупции.					
Знать: основы социальных и профессиональных антикоррупционных, антитеррористических и антиэ	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
кстремистских взаимоотношений					
Уметь: использовать в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений в социальной и профессиональной сферах	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Рекламные отношения, регулируемые нормами международного права

2. Понятие и признаки рекламы в праве

3. Требования законодательства к рекламированию финансовых услуг, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты и практика его применения

4. Полномочия и деятельность антимонопольных органов по контролю за рекламой

5. Защита несовершеннолет них в рекламе

6. Понятие и виды ненадлежащей рекламы

7. Проблема манипулирования в рекламе

8. Требования законодательства к рекламированию продукции военного назначения, осуществляемых на риске игр, пари и практика его применения

9. Особенности правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах.

10. Государственный надзор в сфере рекламы

11. Правовое регулирование деятельности СМИ. Правовые проблемы взаимодействия PR и СМИ.

12. Порядок рассмотрения споров о нарушении законодательства о рекламе

13. Защита прав авторов в рекламе

14. Охрана коммерческой тайны и проблема рекламирования

15. Правовое регулирование рекламных воздействий на выставках и ярмарках

16. Основания возникновения и виды обязательств по оказанию рекламных услуг

17. Этические кодексы ПР-деятельности

18. Право и политический PR. Правовой режим предвыборной агитации и ответственность за нарушение законодательства о предвыборной агитации.

Тестовые задания

1. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:

1. почтовая реклама
2. наружная реклама
3. подарочные изделия
4. рекламные сувениры

2. Прямая реклама использует следующие формы:

1. письма, открытки
2. каталоги, проспекты
3. рекламные ТВ-ролики
4. календари

3. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:

1. информативная реклама
2. побудительная реклама
3. напоминающая реклама

4. Допускается ли реклама товаров, если продажа их требует лицензии, но она не получена:

1. да
2. нет
3. частично

5. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

1. реклама в прессе
2. печатная реклама
3. реклама на месте продаж

6. Реклама не должна:

1. призывать к насилию и жестокости

2. содержать информацию эротического характера

3. содержать информацию порнографического характера 4. размещаться на транспортных средствах

7. В рекламе не допускается:

1. демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции

2. использование знаменитых актёров или других известных лиц

3. прерывание рекламными роликами телепрограмм и телепередач, а также художественных фильмов

4. использование несовершеннолетних и животных

8. Реклама в соответствии с Федеральным законом "О рекламе" это:

1. Представление

2. Информация

3. Деятельность

4. Продукт

9. Федеральный закон "О рекламе" не распространяется на:

1. политическую рекламу

2. коммерческую рекламу

3. социальную рекламу

4. ненадлежащую рекламу

10. Признаками рекламы являются:

1. информативность

2. содержательность

3. привлечение внимания к объекту

4. доступность

11. Субъектами рекламной и PR-деятельности в Российской Федерации могут быть:

1. граждане России

2. иностранные граждане

3. Российская Федерация

4. все перечисленные



12. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму – это:

1. рекламодатель

2. рекламораспространитель

3. рекламопроизводитель

4. потребитель рекламы

13. Каков допустимый объем рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера (в процентах от общего объема номера)?

1. 20%

2. 30%

3. 40%

4. 50%

14. Защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации, это:

1. государственная тайна

2. конфиденциальная информация

3. служебная информация

4. коммерческая информация

15. Какая часть штрафа за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе зачисляется в федеральный бюджет?

А) 20%

Б) 40%

В) 60%

Г) 80%

16. В соответствии с Законом РФ «Об авторском праве и смежных правах» автором рекламного слогана может быть:

1. только физическое лицо

2. только юридическое лицо

3. физическое и юридическое лицо

4. только рекламное агентство

17. В какой срок подлежит исполнению предписание антимонопольного органа о

прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе?

1. в течение недели

2. в течение месяца

3. в течение года

4. в срок, указанный в предписании

18. В течение какого срока законом охраняется неиспользуемый товарный знак:

1. 1 год

2. 2 года

3. 3 года

4. 4 года

19. Объективная оценка личности, определяющая отношение общества к гражданину, социальная оценка ее моральных и иных качеств, это:

1. честь

2. достоинство

3. деловая репутация

4. самооценка

20. Реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения – это:

1. ненадлежащая реклама

2. неэтичная реклама

3. недобросовестная реклама

4. недостоверная реклама

Вопросы к экзамену

1. Система правового регулирования рекламной деятельности в РФ.

2. История правового регулирования рекламы в России.

3. Разграничение рекламы и смежных категорий.

4. Особенности рекламных правоотношений.

5. Понятие и признаки рекламы.

6. Общие требования, предъявляемые к рекламе.

7. Виды рекламы.

8. Понятие правового статуса субъектов рекламной деятельности.

9. Организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности.

10. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности.

11. Реклама в средствах массовой информации.

12. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.

13. Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, пива, напитков, изготавливаемых на его основе.

14. Правовое регулирование рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.

15. Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения.

16. Особенности регулирования рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок продуктов детского питания.

17. Особенности рекламы о проведении стимулирующих мероприятий. Реклама основанных на риске игр, пари.

18. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах с их использованием.

19. Правовое регулирование рекламы с участием несовершеннолетних.

20. Правовое регулирование социальной рекламы.

21. Правовое регулирование спонсорской рекламы.

22. Правовое регулирование политической рекламы.

23. Правовое регулирование наружной рекламы.

24. Понятие средств индивидуализации, общая характеристика их правовой охраны.

25. Защита прав на средства индивидуализации.

26. Органы государственной власти, осуществляющие контроль за соблюдением законодательства о рекламе.

27. Судебные органы в регулировании рекламной деятельности.

28. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

29. Гражданско-правовая ответственность за правонарушения в сфере рекламы.

30. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование



репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса. Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать 25—30 билетов. Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем магистрантам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Магистрант не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» - студент не знает значительной части программного



материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса. Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать 25—30 билетов. Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем магистрантам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Магистрант не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» - студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Галинская Наталья Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.30 Цифровые технологии в профессиональной деятельности*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение			
4	4		Информационные технологии
5	5		Цифровые технологии в профессиональной деятельности
6	6		Цифровая трансформация отрасли
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов			
4	4		Информационные технологии
5	5		Цифровые технологии в профессиональной деятельности
6	6		Цифровая трансформация отрасли
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	**удовлетворительно**	**хорошо**	**отлично**	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности					
ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение					
Знать: принципы работы современных технических средств информационно-коммуникационные технологии и способы их применения в	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
рекламной и PR-коммуникации; основные методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения;					
Уметь: отбирать и использовать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками планирования, подготовки и реализации рекламной и PR-коммуникации; навыками отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности					
ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов					
Знать: методы применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: использовать современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.					
Владеть: навыками выбора и применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания

1) Какие преимущества предоставляют цифровые технологии по сравнению с традиционными форматами ведения экономической деятельности?

а) возможность практически бесконечного воспроизведения информации без ущерба для качества;

б) широкий диапазон типов информации, с которой работают цифровые технологии (текст, медиа и т.п.);

в) высокая скорость передачи информации;

г) высокая защищенность технологических и организационных инноваций.

2) Какой признак позволяет идентифицировать цифровую экономику?

а) информатизация сферы управления;

б) интеграция физических и цифровых объектов в сфере производства и потребления;

в) формирование сетевой модели экономической деятельности;

г) развитие интернет-коммуникаций как средства обмена информацией.

3) Каких изменений в организации экономической деятельности в меньшей степени требуют цифровые технологии?

а) изменение бизнес-моделей;

б) изменение организационных структур;

в) формирование цифровой культуры;

г) трансформации этических норм.

4) Для какой сферы экономической деятельности в рамках решения основных производственных задач в наименьшей степени могут быть применимы технологии Интернета вещей (IoT)?

а) жилищно-коммунальное хозяйство;

б) транспорт;

в) государственное управление;

г) здравоохранение.

5) Какой из структурных элементов не относится драйверам технологии индустриального интернета («Индустрия 4.0»), которая, в свою очередь, формирует четвертую промышленную революцию с соответствующим экономическим укладом?

а) «умные» сенсоры;

б) беспроводные сети;

в) дополненная реальность;

г) облачные сервисы.

6) Каково место материального сектора производства и в цифровой экономике?

а) материальный сектор производства и цифровые платформы существуют автономно в экономике;

б) материальный сектор производства будет замещен цифровыми платформами;

в) материальный сектор производства нуждается в цифровых платформах для обеспечения коммуникаций с контрагентами;

г) материальный сектор производства обеспечит гибель цифровых платформенных решений.

7) В рамках технологии больших данных развивается направление аналитики. К какому из ее разделов Вы отнесете раздел «Возможно Вы их знаете» в сети Facebook?

а) дескриптивная аналитика;

б) прогнозная аналитика;

в) предписывающая аналитика; г) аналитика, связанная с распознаванием образов.

8) Какой элемент платформ как моделей бизнеса не связан с управлением как

специфической деятельностью?

а) коммуникации;

б) модели поведения;

в) технологическое решение;

г) стратегии.

9) В качестве какого элемента бизнес-экосистемы выступает платформенное решение в цифровой экономике?

а) агента;

б) ядра;

в) ограничения;

г) оператора.

10) Какая из прикладных областей не указана в явном виде в программе «Цифровая экономика Российской Федерации» в качестве площадки для апробации технологических решений?

а) здравоохранение;

б) связь;

в) «умный город»;

г) государственно управление.

11) На какой документ Вы будете ссылаться для указания нормативного определения понятия «цифровая экономика» в Российской Федерации?

а) ФЦП «Электронная Россия (2002–2010 годы)»;

б) ГП «Информационное общество (2011–2020 годы)»;

в) Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы»;

г) Конституция Российской Федерации.

12) Какое из направлений программы «Цифровая экономика Российской Федерации» должно быть реализовано в первоочередном порядке в силу того, что образует базис для развития других направлений?

а) «Кадры и образование»;

б) «Нормативное регулирование»;

в) «Информационная инфраструктура»;

г) «Информационная безопасность».



13) Какая из технологий цифровой экономики ориентирована на формирование децентрализованных хранилищ данных?

а) «большие данные»;

б) беспроводная связь;

в) блокчейн-технология;

г) сенсорика.

14) Современная цивилизация живет в мире третьей промышленной революции. Вместе с тем скоро должна произойти четвертая. Какая технология считается ее частью?

а) роботы на производстве;

б) интернет вещей;

в) термоядерный синтез;

г) механизация производства.

15) Одной из тенденций цифровой экономики является использование смарт-контракта, который, по сути, не «смарт» и практически не контракт. Что представляет данная сущность?

а) это документ, в котором прописана суть стартапа, выходящего на ICO;

б) это компьютерный алгоритм или условие, которое позволяет сторонам обмениваться активами

в) последовательность букв и цифр, которая даёт возможность любому, кто её знает, перечислить токены на скрытый за ней счет;

г) единица измерения криптовалюты.

16) Каково отличие ICO от IPO?

а) в ICO нет госрегулирования, а покупка токенов не делает человека владельцем компании;

б) ICO и IPO ничем не отличаются; даже аббревиатуры похожи;

в) в ICO нет госрегулирования;

г) деньги, инвестированные в ICO, возвращаются только спустя год.

17) Какой факт о блокчейне является неверным?

а) как только операция выполнена, записи о ней необратимы;

б) участники блокчейна сообщаются через центральный узел;

в) каждый член сообщества имеет доступ ко всей информации и истории;

г) каждому пользователю присвоен адрес, состоящий из более 30 символов.

18) Какой термин область криптовалют позаимствовала в сельском хозяйстве?

а) компост;

б) ферма;

в) пастбище;

г) плантация.

19) Одним из феноменов цифровой экономики является криптовалюта. Что представляет собой данная сущность?

а) валюта, у которой засекречен источник ее выпуска;

б) электронная валюта, у которой нет администратора – ее стоимость не устанавливается и не гарантируется ни одним государством;

в) валюта, которую выпускает банк только в электронном виде;

г) электронная валюта, все сделки с которой проводятся скрытно.

20) Является ли количество биткоинов конечной величиной?

а) нет, их можно добывать бесконечно;

б) да, максимальное количество биткоинов – 21 миллион;

в) да, если майнеров будет больше, чем самих биткоинов;

г) нет, если переводить биткоины в другую валюту.

21) Какие действия можно на сегодняшний день законно делать с криптовалютой в Российской Федерации?

а) оплачивать услуги и переводить на банковские счета, но только частным лицам;

б) отправлять, получать и хранить;

в) продавать и переводить в другие валюты, но только не в гривны;

г) законом не запрещено только говорить о них.

Типовые задания для выполнения лабораторной работы

Лабораторная работа 1. Загородному комплексу «Динамо» необходимо разработать небольшую систему автоматизации управления гостиницей.

Для описания предметной области представлена следующая информация: Номерной фонд гостиницы: код номера, тип номера (одноместный различных категорий, двухместный, люкс и пр.), этаж, описание номера, состояние номера (свободен, занят, забронирован, находится в состоянии уборки, временно недоступен в связи с ремонтом), цена номера.

Карточка гостя: код гостя, ФИО гостя, дата рождения, адрес гостя, гражданство, категория гостя (обычный, VIP, постоянный и пр.) Гость гостиницы может купить услуги проживания в определенном номере на определенный срок. При этом формируется электронный документ «Поселение», в котором вводится код гостя, дата поселения (по умолчанию устанавливается как текущая дата), код номера, предполагаемое число дней проживания, сведения о портье, оформившем заявку. Данную информацию в систему автоматизации вводит портье.

Задания:

1. Перечислите функциональные возможности разрабатываемой системы (в рамках описания предметной области).

2. Укажите объекты, информация о которых будет храниться в системе.

3. Перечислите, какие действия (и их последовательность) при работе с системой должен выполнять портье в рамках своего АРМа.

4. Перечислите технические средства АРМ портье.

Лабораторная работа 2. Для более эффективной работы ресторана «Комильфо» руководством ресторана было решено разработать и внедрить информационную систему. Система должна хранить информацию о блюдах, их ежедневном потреблении, продуктах, из которых приготавливаются эти блюда, и поставщиках этих продуктов. Продукты поступают в ресторан от различных поставщиков по накладным. Каждая накладная имеет номер, дату и сведения о поставщике. В накладной указывается количество и цена продуктов. В ресторане из продуктов приготовляют определенные блюда, которые относятся к различным категориям (закуска, суп, горячее и т.п.). Из блюд формируется меню. Меню меняется ежедневно, но в течение одного дня оно постоянно. Каждое блюдо изготавливается по определенному рецепту, в котором указывается количество и вес каждого продукта, а также общая стоимость блюда и его вес на выходе. Клиент ресторана делает заказ, в котором указывается блюда и их количество. Этот заказ вносится в систему с указанием даты и времени заказа, а также количества блюд. Данный заказ содержит также сведения об официанте, принявшем заказ. Заказ поступает на кухню со статусом – к исполнению. Когда заказ готов ему присваивается статус – готов.

Задание:

1.Средствами MS Access разработать базу данных: таблицы, ключи, поля.

2. Установить взаимосвязи между таблицами данных на схеме данных.

3. Сформировать запросы

4. Сформировать отчеты

5. Спроектировать и реализовать экранные формы.

Вопросы к экзамену

1. Понятие о цифровой экономике.

2. Роль и место гостиничной индустрии в цифровой экономике.

3. Взаимосвязь между информационными, интеллектуальными, социальными, культурными, психологическими аспектами при формировании гостиничного продукта в



цифровую эру.

4. Понятие о «цифровой бизнес-экосистеме» в гостеприимстве как мультидисциплинарной области знаний.

5. Информационные процессы как часть логистической системы создания рекламного продукта.

6. Трансформация данных в знания в рекламной отрасли.

7. Понятие о digital user experience.

8. Роль и место digital user experience в рекламной отрасли.

9. Формирование цифровой архитектуры в рекламе.

10. Основные преимущества использования Интернет в рекламном бизнесе.

11. Анализ возможностей использования Интернет и электронной коммерции, особенности применения и эффективность.

12. Современные Интернет ресурсы – сайты, порталы, поисковые и рекомендующие сети, социальные сообщества.

13. Системы управления сайтами (CMS).

14. Анализ данных в сфере рекламы: роль, место, значение.

15. Понятие web mining.

16. Понятие «рекомендательная система». Обзор существующих рекомендательных систем.

17. Роль рекомендательных систем в современной рекламной отрасли.

18. Интеграция рекомендательных систем и социальных сетей.

19. Понятие «BI-система».

21. Многомерный анализ данных (OLAP), прогнозирование в рекламном бизнесе.

22. Современные средства поддержки принятия решения для рекламного бизнеса.

23. Обзор социальных сетей.

24. Возможности и практические подходы использования социальных сетей и сообществ в рекламном бизнесе.

25. Понятие social media mining.

26. Основные операционные системы для мобильных устройств.

27. Основные отличия приложений для мобильных устройств.

28. Тренды развития специализированных (тематических) приложений для мобильных устройств.

29. Понятие digitalмаркетинга.

30. Комплексная маркетинговая стратегия.

31. Основные инструменты digital-маркетинга .

32. Оценка эффективности работы инструментов digital-маркетинга.

33. Принципы работы с аналитикой.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.



− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки лабораторных работ по дисциплине

Оценка «5» ставится, если выполнены все этапы лабораторной работы и сделаны выводы, учащийся уложился во временные рамки;

Оценка «4» ставится, если выполнены все этапы лабораторной работы, но не сделаны выводы, учащийся уложился во временные рамки;

Оценка «3» ставится, если выполнены не все этапы лабораторной работы, нет выводов, учащийся не уложился во временные рамки;

Оценка «2» ставится, если работа не выполнена.

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена:

«отлично» - обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении

задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

«хорошо» - обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

«удовлетворительно» - обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

«неудовлетворительно» - обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.31 Цифровая трансформация отрасли*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение			
4	4		Информационные технологии
5	5		Цифровые технологии в профессиональной деятельности
6	6		Цифровая трансформация отрасли
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов			
4	4		Информационные технологии
5	5		Цифровые технологии в профессиональной деятельности
6	6		Цифровая трансформация отрасли
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности					
ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение					
Знать: принципы работы современных технических средств информационно-коммуникационные технологии и способы их применения в рекламной и PR-коммуникации;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
основные методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения;					
Уметь: отбирать и использовать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками планирования, подготовки и реализации рекламной и PR-коммуникации; навыками отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности					
ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов					
Знать: методы применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: использовать современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.					
Владеть: навыками выбора и применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания

1) Какие преимущества предоставляют цифровые технологии по сравнению с традиционными форматами ведения экономической деятельности?

а) возможность практически бесконечного воспроизведения информации без ущерба для качества;

б) широкий диапазон типов информации, с которой работают цифровые технологии (текст, медиа и т.п.);

в) высокая скорость передачи информации;

г) высокая защищенность технологических и организационных инноваций.

2) Какой признак позволяет идентифицировать цифровую экономику?

а) информатизация сферы управления;

б) интеграция физических и цифровых объектов в сфере производства и потребления;

в) формирование сетевой модели экономической деятельности;

г) развитие интернет-коммуникаций как средства обмена информацией.

3) Каких изменений в организации экономической деятельности в меньшей степени требуют цифровые технологии?

а) изменение бизнес-моделей;

б) изменение организационных структур;

в) формирование цифровой культуры;

г) трансформации этических норм.

4) Для какой сферы экономической деятельности в рамках решения основных производственных задач в наименьшей степени могут быть применимы технологии Интернета вещей (IoT)?

а) жилищно-коммунальное хозяйство;

б) транспорт;

в) государственное управление;

г) здравоохранение.

5) Какой из структурных элементов не относится драйверам технологии индустриального интернета («Индустрия 4.0»), которая, в свою очередь, формирует четвертую промышленную революцию с соответствующим экономическим укладом?

а) «умные» сенсоры;

б) беспроводные сети;

в) дополненная реальность;

г) облачные сервисы.

6) Каково место материального сектора производства и в цифровой экономике?

а) материальный сектор производства и цифровые платформы существуют автономно в экономике;

б) материальный сектор производства будет замещен цифровыми платформами;

в) материальный сектор производства нуждается в цифровых платформах для обеспечения коммуникаций с контрагентами;

г) материальный сектор производства обеспечит гибель цифровых платформенных решений.

7) В рамках технологии больших данных развивается направление аналитики. К какому из ее разделов Вы отнесете раздел «Возможно Вы их знаете» в сети Facebook?

а) дескриптивная аналитика;

б) прогнозная аналитика;

в) предписывающая аналитика; г) аналитика, связанная с распознаванием образов.

8) Какой элемент платформ как моделей бизнеса не связан с управлением как специфической деятельностью?

а) коммуникации;

б) модели поведения;

в) технологическое решение;

г) стратегии.

9) В качестве какого элемента бизнес-экосистемы выступает платформенное решение в цифровой экономике?

а) агента;

б) ядра;

в) ограничения;

г) оператора.

10) Какая из прикладных областей не указана в явном виде в программе «Цифровая экономика Российской Федерации» в качестве площадки для апробации технологических решений?

а) здравоохранение;

б) связь;

в) «умный город»;

г) государственно управление.

11) На какой документ Вы будете ссылаться для указания нормативного определения понятия «цифровая экономика» в Российской Федерации?

а) ФЦП «Электронная Россия (2002–2010 годы)»;

б) ГП «Информационное общество (2011–2020 годы)»;

в) Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы»;

г) Конституция Российской Федерации.

12) Какое из направлений программы «Цифровая экономика Российской Федерации» должно быть реализовано в первоочередном порядке в силу того, что образует базис для развития других направлений?

а) «Кадры и образование»;

б) «Нормативное регулирование»;

в) «Информационная инфраструктура»;

г) «Информационная безопасность».

13) Какая из технологий цифровой экономики ориентирована на формирование децентрализованных хранилищ данных?

а) «большие данные»;

б) беспроводная связь;

в) блокчейн-технология;

г) сенсорика.

14) Современная цивилизация живет в мире третьей промышленной революции. Вместе с тем скоро должна произойти четвертая. Какая технология считается ее частью?

а) роботы на производстве;

б) интернет вещей;

в) термоядерный синтез;

г) механизация производства.

15) Одной из тенденций цифровой экономики является использование смарт-контракта, который, по сути, не «смарт» и практически не контракт. Что представляет данная сущность?

а) это документ, в котором прописана суть стартапа, выходящего на ICO;

б) это компьютерный алгоритм или условие, которое позволяет сторонам обмениваться активами

в) последовательность букв и цифр, которая даёт возможность любому, кто её знает, перечислить токены на скрытый за ней счет;

г) единица измерения криптовалюты.

16) Каково отличие ICO от IPO?

а) в ICO нет госрегулирования, а покупка токенов не делает человека владельцем компании;

б) ICO и IPO ничем не отличаются; даже аббревиатуры похожи;

в) в ICO нет госрегулирования;

г) деньги, инвестированные в ICO, возвращаются только спустя год.

17) Какой факт о блокчейне является неверным?

а) как только операция выполнена, записи о ней необратимы;

б) участники блокчейна сообщаются через центральный узел;

в) каждый член сообщества имеет доступ ко всей информации и истории;

г) каждому пользователю присвоен адрес, состоящий из более 30 символов.

18) Какой термин область криптовалют позаимствовала в сельском хозяйстве?

а) компост;

б) ферма;

в) пастбище;

г) плантация.

19) Одним из феноменов цифровой экономики является криптовалюта. Что представляет собой данная сущность?

а) валюта, у которой засекречен источник ее выпуска;

б) электронная валюта, у которой нет администратора – ее стоимость не устанавливается и не гарантируется ни одним государством;

в) валюта, которую выпускает банк только в электронном виде;

г) электронная валюта, все сделки с которой проводятся скрытно.

20) Является ли количество биткоинов конечной величиной?

а) нет, их можно добывать бесконечно;

б) да, максимальное количество биткоинов – 21 миллион;

в) да, если майнеров будет больше, чем самих биткоинов;

г) нет, если переводить биткоины в другую валюту.

21) Какие действия можно на сегодняшний день законно делать с криптовалютой в Российской Федерации?

а) оплачивать услуги и переводить на банковские счета, но только частным лицам;

б) отправлять, получать и хранить;

в) продавать и переводить в другие валюты, но только не в гривны;

г) законом не запрещено только говорить о них.

Пример типовой лабораторной работы по дисциплине

Лабораторная работа 1. Современные информационные технологии для моделирования бизнеса и оценки бизнес-проектов Начальные сведения о системе Project Expert. Общая характеристика аналитической системы Project Expert. Обзор и краткая характеристика основных функциональных блоков и модулей системы Project Expert.

Лабораторная работа 2. Построение упрощенной модели («первый проект»). Последовательность шагов по разработке модели бизнеса в Project Expert. Рабочие инструменты и интерфейс программы. Ввод необходимых исходных данных для создания имитационной модели. Проведение расчетов. Просмотр и анализ основных результатов в аналитических таблицах (отчет о прибылях и убытках, движении денежных средств,



прогнозный баланс). Анализ финансовых показателей. Анализ и оценка показателей эффективности проекта. Построение графиков и оформление отчетов. Подведение первых итогов имитационного моделирования в Project Expert. Настройка основных характеристик проекта (начала проекта, горизонта и интервала планирования, основной и дополнительной валюты). Учет ставки рефинансирования ЦБ РФ, инфляции и моделирование инфляционной среды. Выбор ставки дисконтирования. Моделирование налогового окружения компании.

Лабораторная работа 3. Моделирование инвестиционной и основной деятельности (операционного плана) компании Построение календарного плана. Иерархическая структура этапов и логические связи между ними. Описание ресурсов и стоимости этапа. Описание активов. Выбор типа амортизации активов. Формирование плана сбыта. Формирование плана производства. Формирование плана персонала. Формирование общих издержек. Моделирование проекта на основе действующего предприятия (описание стартового баланса; выбор принципа учета запасов; описание внутренней структуры компании).

Лабораторная работа 4. Определение потребностей в финансировании и анализ возможностей в Project Expert Описание условий финансирования проекта посредством привлечения акционерного капитала. Оптимизация схемы получения кредита, обслуживания и возврата долга по кредиту. Автоматический подбор схемы кредитования. Анализ доходов участников финансирования. Отражение кредитов в финансовой отчетности. Анализ чувствительности.

Лабораторная работа 5. Анализ и оценка результатов моделирования бизнеса компании в Project Expert Анализ финансовых отчетов (о движении денежных средств, о прибылях и убытках, баланса, об использовании прибыли). Детализация результатов. Построение таблиц пользователя. Анализ показателей экономической эффективности проекта. Доходы участников. Построение графиков. Подготовка отчета. Лабораторная работа

6. Обзор и практическое представление дополнительных возможностей системы Project Expert. Анализ безубыточности. Статистический анализ рисков (по методу Монте-Карло). Сценарный анализ (What-if анализ). Контроль за ходом выполнения проекта («Актуализация») и другие дополнительные возможности системы Project Expert.

Вопросы к зачету

1. Определение оптимальной последовательности выполняемых функций.

2. Оптимизация использования ресурсов в различных бизнес-процессах.

3. Построение адаптивных бизнес-процессов.

4. Определение рациональных схем взаимодействия с партнерами и клиентами.

5. Реинжиниринг и управление бизнес-процессами предприятий на основе современных компьютерных технологий.

6. Общая характеристика работ по проведению цифрового бизнес- реинжиниринга.

7. Модели и типы бизнес-процессов.

8. Технология структурно-функционального анализа бизнес-процессов.

9. Сквозные технологии цифровой экономики как элемент цифровой трансформации бизнес-процессов.

10. Измерение показателей исполнения бизнес-процессов.

11. Имитационное моделирование бизнес-процессов.



12. Диверсификация товаров и услуг, внутренних функций вызывающая многообразие бизнес-процессов.

13. Работа по индивидуальным траекториям, требующая высокой степени адаптации базового бизнес-процесса к потребностям клиента.

14. Внедрение новых технологий (инновационных проектов), затрагивающих все основные бизнес-процессы предприятия.

15. Многообразие кооперативных связей с партнерами предприятия и поставщиками ресурсов, обусловливающих альтернативность построения бизнес-процесса.

16. Нерациональность организационной структуры, запутанность документооборота, вызывающая дублирование операций бизнес-процесса.

17. Объединение процедур, вертикальное сжатие процессов, распараллеленность процессов, многовариантность исполнения процессов.

18. Точность понимания задачи руководством компании.

19. Мотивация сотрудников компании, нацеленность на рост, расширение деятельности организации, усиление полномочий и творческого характера труда персонала.

20. Применение цифровых технологий.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть

построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки лабораторных работ по дисциплине

Оценка «5» ставится, если выполнены все этапы лабораторной работы и сделаны выводы, учащийся уложился во временные рамки;

Оценка «4» ставится, если выполнены все этапы лабораторной работы, но не сделаны выводы, учащийся уложился во временные рамки;

Оценка «3» ставится, если выполнены не все этапы лабораторной работы, нет выводов, учащийся не уложился во временные рамки;

Оценка «2» ставится, если работа не выполнена.



Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____Л.И. Задорожная
«_____» _____ 20___г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине	**Б1.В.01 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**
по направлению подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
по профилю подготовки (специализации)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
квалификация (степень) выпускника	бакалавр
форма обучения	Очная, Заочная,
год начала подготовки	2023

Майкоп

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель рабочей программы:

доцент кафедры маркетинга, сервиса и туризма , доц., канд. экон. наук	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Калашникова Светлана Валентиновна
(должность, ученое звание, степень)	(подпись)	(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма
(название кафедры)

Заведующий кафедрой:

25.08.2023	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП
заведующий выпускающей кафедрой
по направлению подготовки (специальности)

25.08.2023	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Согласовано:

НБ МГТУ
(название подразделения)

02.09.2023	Подписано простой ЭП 02.09.2023	И. Б. Берберьян
	(подпись)	(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» – формирование у студентов прочных и разносторонних знаний о назначении и функциях отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью, выработка навыков практической деятельности по реализации профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью.

Для достижения поставленной цели должны быть решены следующие **задачи:**

- овладение теоретическими знаниями и практическими навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

- рассмотрение роли и функций различных структурных подразделений современного коммуникационного агентства;

- анализ стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением работы коммуникационных агентств.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 и дает необходимые знания об основах деятельности отделов рекламы и связей с общественностью.

Курс «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» связан практически со всеми предыдущими дисциплинами, так как востребованность бакалавра по данному профилю на рынке труда, его конкурентоспособность в значительной степени зависят от наличия умения эффективно общаться, от знаний приемов и технологий воздействия на массовое сознание, убеждения, технологий организации и ведения эффективной рекламной деятельности. В процессе изучения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» обучающиеся используют знания, полученные при изучении таких дисциплин как «Экономика», «Теория и практика рекламы и связей с общественностью», «Основы медиапланирования», «Основы теории коммуникации», «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Организация и планирование деятельности рекламных агентств», «Основы копирайтинга», «Основы маркетинга», «Компьютерный дизайн и инфографика» и др.

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является предшествующей для следующих дисциплин: «Консалтинг в связях с общественностью», «Стратегический маркетинг», «Предпринимательство в сфере рекламы и PR», «Интернет-маркетинг», «Управление репутацией в сети Интернет», «Медиарилейшнз», «Имиджелогия» и др.



3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ПКУВ-2.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.
ПКУВ-2.2	Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности
ПКУВ-2.3	Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере
ПКУВ-5.1	Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии
ПКУВ-5.2	Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.
ПКУВ-5.3	Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
		Эк	Лек	Пр	КРАт	Контроль	СР		
Курс 1	Сем. 1	1	17	34	0.35	26.65	30	**108**	3

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
		Эк	Лек	Пр	КРАт	Контроль	СР		
Курс 2	Сем. 4	1	6	8	0.35	8.65	85	**108**	3

5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/промежуточной контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Тема 1. Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью.	1-2	2		4				4		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тестирование
1	Тема 2. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.	3-4	2		4				4		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тестирование
1	Тема 3. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью.	5-6	2		4				4		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тестирование
1	Тема 4. Структура рекламного агентства. Классификация рекламных агентств.	7-8	2		4				4		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тестирование
1	Тема 5. Организация работы отдела по работе со СМИ (медийного отдела).	8-10	2		4				4		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тестирование
1	Тема 6. Отдел по производству рекламной продукции: задачи, функции, направления деятельности.	11-12	2		4				4		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тестирование
1	Тема 7. Организация работы типового PR-агентства. Виды PR-агентств.	13-14	2		4				4		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тестирование
1	Тема 8. Организационная структура типового PR-агентства полного цикла, функции подразделений.	15-17	3		6				2		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тестирование
1	Промежуточная аттестация						0.35	26.65			Экзамен
	ИТОГО:		**17**		**34**		**0.35**	**26.65**	**30**		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
4	Тема 1. Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью.	2		2				10	
4	Тема 2. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с	2		2				10	

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
	общественностью.								
4	Тема 3. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью.	2		2				10	
4	Тема 4. Структура рекламного агентства. Классификация рекламных агентств.			2				10	
4	Тема 5. Организация работы отдела по работе со СМИ (медийного отдела).							10	
4	Тема 6. Отдел по производству рекламной продукции: задачи, функции, направления деятельности.							10	
4	Тема 7. Организация работы типового PR-агентства. Виды PR-агентств.							10	
4	Тема 8. Организационная структура типового PR-агентства полного цикла, функции подразделений.							15	
4	Промежуточная аттестация: экзамен					0.35	8.65		
	ИТОГО:	**6**		**8**		**0.35**	**8.65**	**85**	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1/4	Тема 1. Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью.	2	2		Особенности отделов рекламы и связей с общественностью коммерческих, общественных и государственных организаций. Задачи отдела рекламы и связей с общественностью. Организация работы отдела рекламы и СО в соответствии с основными принципами корпоративной информационной политики. Подготовка концепции работы отдела рекламы и связей с общественностью.	ПКУВ-2.1;	Знать: принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью. Уметь: работать в составе коллектива, применять приемы эффективного общения. Владеть: знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.	Лекция-беседа
1/4	Тема 2. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.	2	2		Виды формальных организаций: линейно-функциональный и матричный типы структуры. Функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью. Основные варианты структуры отделов рекламы и СО. Типичная структура отдела: базовые функциональные позиции. Принципы организации работы отдела рекламы и СО. Регламент работы отдела рекламы и СО. Положение отдела рекламы и СО в	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2;	Знать: инструментарий, лежащий в основе деятельности коммуникационных агентств. Уметь: работать в составе коллектива, применять приемы эффективного общения. Владеть: навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					структуре организации. Права и ответственность отдела рекламы и СО. Аналитическая, консультационная, коммуникативно-информационная работа: организация и исполнение.			
1/4	Тема 3. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью.	2	2		Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программно-целевое планирование. Разновидности проектной документации: техническое задание, концепция проекта, календарный план, графики выполнения работ, технический сценарий мероприятия. Планирование и бюджетирование деятельности отдела рекламы и связей с общественностью Основные этапы планирования. Пути оптимизации расходов организации на рекламную и PR -деятельность. Оформление результатов медиа-мониторинга. Отчетность в режиме реального времени. Отчетность по конкретным проектам. Оформление отношений с внешними подрядчиками.	ПКУВ-2.1; ПКУВ-5.3; ПКУВ-5.2;	Знать: принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью. Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью. Владеть: знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.	Слайд-лекция
1/4	Тема 4. Структура рекламного агентства. Классификация рекламных агентств.	2			Организационная структура РА полного цикла. Классификация РА по специализации, по размеру, по виду деятельности, по типу	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3;	Знать: структуру современного коммуникационного агентства и функции, выполняемые различными структурными	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					бизнеса клиентов и др.		подразделениями. Уметь: оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью. Владеть: навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.	
1/4	Тема 5. Организация работы отдела по работе со СМИ (медийного отдела).	2			Состав и схема работы медийного отдела. Организация работы ресечеров, медиапланеров, медиабайеров.	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3; ПКУВ-5.1; ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3;	Знать: принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью. Уметь: работать в составе коллектива, применять приемы эффективного общения. Владеть: способностью принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью /агентств рекламы и связей с общественностью.	Лекция-беседа
1/4	Тема 6. Отдел по производству рекламной продукции: задачи, функции, направления деятельности.	2			Производство печатной рекламы. Производство аудиовизуальной рекламы. Задачи, функции, направления деятельности отдела по производству рекламной продукции.	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.3; ПКУВ-5.2;	Знать: структуру современного коммуникационного агентства и функции, выполняемые различными структурными подразделениями. Уметь: работать в составе коллектива, применять приемы эффективного общения Владеть: способностью принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью /агентств рекламы и связей с общественностью.	Лекция-беседа
1/4	Тема 7. Организация работы типового PR-агентства. Виды PR-агентств.	2			Основные виды PR -агентств: классическое (типовое) агентство, агентство полного цикла,	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3; ПКУВ-5.1; ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3;	Знать: принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью Уметь:	Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					агентство широкого профиля, специализированное агентство, агентство политконсалтинга, сетевое агентство, независимое международное агентство, аффилиированное агентство и др. Основные задачи и направления деятельности типового PR -агентства. Этика и профессиональные стандарты в рекламе и СО. Необходимость этических норм. Развитие кодексов и стандартов в области PR.		осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью. Владеть: знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.	
1/4	Тема 8. Организационная структура типового PR-агентства полного цикла, функции подразделений.	3			Примерная схема организационного построения типового PR-агентства. Основные функциональные подразделения: Отдел по работе с клиентами, отдел по связям со СМИ, отдел маркетинговых коммуникаций, литературная группа, дизайн-студия, технический отдел, отдел исследований и стратегического планирования. Функции сотрудников типового PR-агентства.	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3; ПКУВ-5.1; ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3;	Знать: структуру современного коммуникационного агентства и функции, выполняемые различными структурными подразделениями. Уметь: оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью. Владеть: способностью принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью /агентств рекламы и связей с общественностью.	Лекция-беседа
	ИТОГО:	**17**	**6**					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
1/4	Тема 1. Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью.	Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью.	4	2	
1/4	Тема 2. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.	Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.	4	2	
1/4	Тема 3. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью.	Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью.	4	2	
1/4	Тема 4. Структура рекламного агентства. Классификация рекламных агентств.	Структура рекламного агентства. Классификация рекламных агентств.	4	2	
1/4	Тема 5. Организация работы отдела по работе со СМИ (медийного отдела).	Организация работы отдела по работе со СМИ (медийного отдела).	4		
1/4	Тема 6. Отдел по производству рекламной продукции: задачи, функции, направления деятельности.	Отдел по производству рекламной продукции: задачи, функции, направления деятельности.	4		
1/4	Тема 7. Организация работы типового PR-агентства. Виды PR-агентств.	Организация работы типового PR-агентства. Виды PR-агентств.	4		
1/4	Тема 8. Организационная структура типового PR-агентства полного цикла, функции подразделений.	Организационная структура типового PR-агентства полного цикла, функции подразделений.	6		
	ИТОГО:		**34**	**8**	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрено

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
1/4	Тема 1. Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью.	Составление плана-конспекта Подготовка докладовПодготовка ответов на вопросы	в течение семестра	4	10	
1/4	Тема 2. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	в течение семестра	4	10	
1/4	Тема 3. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	в течение семестра	4	10	
1/4	Тема 4. Структура рекламного агентства. Классификация рекламных агентств.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	в течение семестра	4	10	
1/4	Тема 5. Организация работы отдела по работе со СМИ (медийного отдела).	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	в течение семестра	4	10	
1/4	Тема 6. Отдел по производству рекламной продукции: задачи, функции, направления деятельности.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	в течение семестра	4	10	
1/4	Тема 7. Организация работы типового PR-агентства. Виды PR-агентств.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	в течение семестра	4	10	
1/4	Тема 8. Организационная структура типового PR-агентства полного цикла, функции подразделений.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	в течение семестра	2	15	
	ИТОГО:			**30**	**85**	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Модуль	Дата, место проведения	Название мероприятия	Форма проведения мероприятия	Ответственный	Достижения обучающихся

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
659.1(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» [Электронный ресурс] : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; [составитель Калашникова С.В.]. - Майкоп : Б.и., 2017. - 36 с. - Библиогр.: с. 29-30 (9 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100051523

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2019. - 512 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358156. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03297-4	http://znanium.com/catalog/document?id=358156
Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. - Москва : Юрайт, 2022. - 383 с. - (Высшее образование). - ЭБС Юрайт. - URL: https://urait.ru/bcode/489018. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-534-14728-5	https://urait.ru/bcode/489018
Осипова, Е.А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Осипова Е.А. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 381 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1068921. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-013595-3. - ISBN 978-5-16-107682-8	http://znanium.com/catalog/document?id=350984
Малькевич, А А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие / А.А. Малькевич. - 2-е изд.,испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 109 с. - (Высшее образование). - ЭБС Юрайт. - URL: https://urait.ru/bcode/493292. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-534-09415-2	https://urait.ru/bcode/493292

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,



- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мерчандайзинг
8	8		Мотивация в рекламе
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в			

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
коммерческой сфере			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	910		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
5	5		Организация продвижения продукции
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
отдела рекламы и связям с общественностью ; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;					
Уметь: выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
Знать: способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: Анализировать и систематизировать	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач			ошибки		
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере					
Знать: основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью					
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии					
Знать: организацию системы сбыта и товародвижения; планирование оптовых и розничных продаж, маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка; позиционирования продуктов и компаний; оценку конкурентоспособности продуктов и конкурентов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии специализированные	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
программные ресурсы; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение					
Владеть: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формированием к оммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации комм уникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности ко ммуникационных	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;					
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации ком муникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и инф ормационно-комм уникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании ком муникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем комму никационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационны х задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем комму	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
никационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах нагосударственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора.					
Владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы докладов

1. Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью.

2. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.

3. Функциональные обязанности и направления деятельности PR-службы в организации.

4. Отдел рекламы и связей с общественностью в системе корпоративного менеджмента.

5. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью.

6. Планирование и бюджетирование деятельности отдела рекламы и связей с общественностью. Основные этапы планирования.

7. Организационная структура РА полного цикла.

8. Классификация РА.

9. Отдел по работе с клиентами в РА полного цикла: основные задачи, функции.

10. Структура интернет-отдела.

11. Состав и схема работы медийного отдела.

12. Организация работы ресечеров, медиапланеров, медиабайеров.

13. Состав и схема творческого отдела. Функционал сотрудников творческого отдела.

14. Управление творческим отделом.

15. Отдел по производству рекламной продукции: задачи, функции, направления деятельности.

16. Состав и направления деятельности BTL-отдела.

17. Направления развития бизнеса РА.

18. Особенности продажи услуг и продуктов РА. Стадии процесса продаж услуг и продуктов РА.

19. Рекламный тендер.

20. Виды PR-агентств.

21. Основные задачи и направления деятельности типового PR-агентства.

22. Примерная схема организационного построения типового PR-агентства.

23. Функции подразделений типового PR-агентства полного цикла.

24. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.

25. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

26. Правовое обеспечение деятельности по рекламе и связям с общественностью.

27. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.

28. Должностные обязанности специалиста по СО в зависимости от ранга.

29. Профессиограмма специалиста по связям с общественностью.

30. Региональный рынок рекламы и связей с общественностью: характеристика, действующие лица.

31. Стандартная должностная инструкция менеджера по связям с общественностью.

32. Функции PR -специалиста на рынках b2b и b2c.

33. Качественные и количественные методы оценки эффективности деятельности по связям с общественностью

34. Крупнейшие мировые операторы PR –рынка.

Тестовые задания

1. Лаконичное выражение рекламной идеи, сути рекламного обращения – это...



А) Девиз

Б) Слоган

В) «Мессадж»

2. Имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, идентифицирующие товары или услуги одного или нескольких производителей, а также продавцов и отличающие их от конкурирующих товаров и услуг – это...

А) Марка

Б) Логотип

В) Эмблема

3.Система взаимосвязи фирмы с ее целевыми аудиториями, направленная на формирование и поддержание благоприятного имиджа компании, – это...

А) Public Relations

Б) Паблисити

В) Промоушн

4. Средство паблик рилейшнз, представляющее собой бюллетень, предназначенный для редакций средств массовой информации, из которой они могут взять интересующую их информацию – это...

А) Пресс-релиз

Б) Заметка

В) Статья

5. Образ, торговая марка плюс набор эмоциональных ощущений, стереотипов; комплекс представлений о компании, долгосрочная программа — имя, термин, дизайн, символ или любая другая характеристика, идентифицирующая товар или услугу продавца, как отличные от тех, которые принадлежат другим продавцам – это...



А) Брэнд

Б) Логотип

В) Эмблема

6. Элемент системы контроля рекламной деятельности. Предтестирование осуществляется в форме рекламных исследований, целью которых является определение эффективности рекламного обращения (рекламной кампании) до момента их широкомасштабной практической реализации – это...

А) Предтестирование

Б) Фокус-группа

В) Сегментирование

7. Элемент фирменного стиля, представляющий собой оригинальное начертание наименования рекламодателя, используемое как символ товара или фирмы, зачастую являющийся торговой маркой – это...

А) Логотип

Б) Товарный знак

В) Эмблема

8. Метод представления товара, при котором ему придаются человеческие черты. Часто используется в случаях, когда индивидуальные свойства товара выделены слабо и товар мало отличается от конкурирующих с ним – это...

А) Антропоморфизм

Б) Натурализм

В) Конвергенция

9. Текстовый и графический материалы (рисунки, фото и т. д.), которые объединены в едином макете, с которого средствами полиграфии производится печатная реклама – это...

А) Оригинал-макет

Б) Бриф

В) Пресс-папка

10. Специалист рекламного агентства обеспечивает поддержание постоянного контакта с существующими клиентами, координирует работу всех подразделений агентства над конкретными заказами клиента, а также выполняет поиск новых клиентов – это...

А) Эккаунт-менеджер (account менеджер)

Б) Копирайтер

В) Арт-директор (Креативный директор)

Вопросы к зачету

1. Место дисциплины в системе подготовки бакалавра в сфере рекламы и связей с общественностью

2. Отличия PR и рекламы от других коммуникативных стратегий

3. Принципы деятельности рекламы и PR

4. Необходимость и достаточность создания подразделений рекламы и связей с общественностью

5. Основные направления развития отделов рекламы и связей с общественностью

6. Тактические задачи отделов рекламы и связей с общественностью

7. Структура отдела рекламы и PR в организациях разных типов. Принцип минимальной достаточности

8. Функции отделов рекламы и связей с общественностью

9. Функциональные задачи отделов рекламы и связей с общественностью на разных циклах развития организации



10. Общие принципы деятельности, ресурсы и статус отдела рекламы и PR в органах государственной власти и местного самоуправления

11. Основные цели и направления деятельности отдела рекламы и PR на федеральном уровне

12. Основные цели и направления деятельности отдела рекламы и PR на региональном уровне

13. Основные цели и направления деятельности отдела рекламы и PR на местном уровне управления

14. Место рекламы и PR и в системе маркетинга компании

15. Основные цели и направления деятельности отдела рекламы и PR в коммерческих организациях

16. Организационные формы: PR-отдел

17. Организационные формы: отдел «public affairs» (общественные дела)

18. Организационные формы: отдел корпоративных коммуникаций и корпоративных отношений

19. Организационные формы: отдел рекламы

20. Специфика деятельности отдела рекламы и PR в промышленных корпорациях

21. Специфика деятельности отдела рекламы и PR в финансовых, корпорациях

22. Специфика деятельности отдела рекламы и PR в коммерческих корпорациях

23. PR как инструмент достижения общественного согласия между производителем и потребителем

24. PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником

25. Задачи отделов по связям с общественностью в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики

26. Планирование и программирование работы подразделения по связям с общественностью

27. Место подразделения по связям с общественностью в разработке общекорпоративной стратегии

28. Взаимодействие отделов рекламы и PR с отделом маркетинга

29. Взаимодействие отделов рекламы и PR с производственным отделом

30. Взаимодействие отделов рекламы и PR с отделом продаж (коммерческим отделом)

31. Взаимодействие отделов рекламы и PR с отделом научных исследований

32. Взаимодействие отделов рекламы и PR с управлением персоналом

33. Оптимизация работ в области рекламы и связей с общественностью

34. Роль исследований в планировании PR-стратегии организации

35. Прогнозирование в работе PR-отдела

36. Медипланирование в работе специалиста в области рекламы и PR

37. Подготовка рекомендаций для руководства организации

38. Роль менеджера по связям со СМИ

39. Редактирование информационных листков и многотиражных газет

40. Формирование и ведение баз медиа-данных

41. Поддержание деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики, съемочными группами и студиями звукозаписи

42. Участие в профессиональных объединениях в области рекламы, связей с общественностью и журналистики

43. Креативные технологии в работе PR-отдела

44. Создание рекламной и имиджевой продукции, представительских фильмов и роликов.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования



компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания доклада:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;



– объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

– справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

– систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

– закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования



Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена: **:**	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2019. - 512 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358156. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03297-4	http://znanium.com/catalog/document?id=358156
Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. - Москва : Юрайт, 2022. - 383 с. - (Высшее образование). - ЭБС Юрайт. - URL: https://urait.ru/bcode/489018. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-534-14728-5	https://urait.ru/bcode/489018
Осипова, Е.А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Осипова Е.А. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 381 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1068921. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-013595-3. - ISBN 978-5-16-107682-8	http://znanium.com/catalog/document?id=350984

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Малькевич, А А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие / А.А. Малькевич. - 2-е изд.,испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 109 с. - (Высшее образование). - ЭБС Юрайт. - URL: https://urait.ru/bcode/493292. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-534-09415-2	https://urait.ru/bcode/493292
659.1(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» [Электронный ресурс] : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; [составитель Калашникова С.В.]. - Майкоп : Б.и., 2017. - 36 с. - Библиогр.: с. 29-30 (9 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100051523

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

1. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.aup.ru 2. Большая он-лайн библиотека [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www2.e-reading.bz/ 3. Бесплатная библиотека России. Конференции, книги, пособия, научные издания [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://libed.ru/knigi-nauka/ 4. Наука о рекламе [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.advertology. ru 5. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www. marketing.spb.ru/mr/travel/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
Тема 1. Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью. Особенности отделов рекламы и связей с общественностью коммерческих, общественных и государственных организаций. Задачи отдела рекламы и связей с общественностью. Организация работы отдела рекламы и СО в соответствии с основными принципами корпоративной информационной политики. Подготовка концепции работы отдела рекламы и связей с общественностью.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2.1
Тема 2. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью. Виды формальных организаций: линейно- функциональный и матричный типы структуры. Функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью. Основные варианты структуры отделов рекламы и СО. Типичная структура отдела: базовые функциональные позиции. Принципы организации работы отдела рекламы и СО. Регламент работы отдела рекламы и СО. Положение отдела рекламы и СО в структуре организации. Права и ответственность отдела рекламы и СО. Аналитическая, консультационная,	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2

коммуникативно-информационная работа: организация и исполнение.				
Тема 3. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программно-целевое планирование. Разновидности проектной документации: техническое задание, концепция проекта, календарный план, графики выполнения работ, технический сценарий мероприятия. Планирование и бюджетирование деятельности отдела рекламы и связей с общественностью Основные этапы планирования. Пути оптимизации расходов организации на рекламную и PR -деятельность. Оформление результатов медиа-мониторинга. Отчетность в режиме реального времени. Отчетность по конкретным проектам. Оформление отношений с внешними подрядчиками.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2.1 ПКУВ-5.2 ПКУВ-5.3
Тема 4. Структура рекламного агентства. Классификация рекламных агентств. Организационная структура РА полного цикла. Классификация РА по специализации, по размеру, по виду деятельности, по типу бизнеса клиентов и др.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2 ПКУВ-2.3
Тема 5. Организация работы отдела по работе со СМИ (медийного отдела). Состав и схема работы медийного отдела. Организация работы ресечеров, медиапланеров, медиабайеров.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.3 ПКУВ-2.3 ПКУВ-5.1 ПКУВ-5.2

				ПКУВ-5.3
Тема 6. Отдел по производству рекламной продукции: задачи, функции, направления деятельности. Производство печатной рекламы. Производство аудиовизуальной рекламы. Задачи, функции, направления деятельности отдела по производству рекламной продукции.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.3 ПКУВ-5.2
Тема 7. Организация работы типового PR-агентства. Виды PR-агентств. Основные виды PR -агентств: классическое (типовое) агентство, агентство полного цикла, агентство широкого профиля, специализированное агентство, агентство политконсалтинга, сетевое агентство, независимое международное агентство, аффилиированное агентство и др. Основные задачи и направления деятельности типового PR -агентства. Этика и профессиональные стандарты в рекламе и СО. Необходимость этических норм. Развитие кодексов и стандартов в области PR.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.3 ПКУВ-2.3 ПКУВ-5.1 ПКУВ-5.2 ПКУВ-5.3
Тема 8. Организационная структура типового PR-агентства полного цикла, функции подразделений. Примерная схема организационного построения типового PR-агентства. Основные функциональные подразделения: Отдел по работе с клиентами, отдел по связям со СМИ, отдел маркетинговых коммуникаций, литературная группа, дизайн-студия, технический отдел, отдел исследований и стратегического планирования. Функции сотрудников типового PR-агентства.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2 ПКУВ-2.3 ПКУВ-5.1 ПКУВ-5.2 ПКУВ-5.3

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401
Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . – URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - – URL: https://нэб.рф/. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp

Название
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: https://cyberleninka.ru// - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела.Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт – 2006. – URL: https://www.alladvertising.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт – 1999. – URL: http://www.advertology.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт – 1998. – URL: https://www.sostav.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: http://www.consultant.ru/about/. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Научная библиотека МГТУ. Читальный зал: ул. Первомайская, 191, 3 этаж	Читальный зал имеет 200 посадочных мест, оснащен компьютерами с выходом в Интернет, специализированной мебелью, стационарным мультимедийным оборудованием, оргтехникой.	Adobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (5-5-16)	Учебная мебель на 54 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	Adobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-19)	Учебная мебель на 30 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	Adobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (1-318)	Информационно-технический отдел: технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории.	AdobeReader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номерпродукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO02260-018-0000106-48095 Антивируskaspersky endpoint securityЛицензионный договор от 17.02.2021№ 203-201224017-Zip Свободная лицензия

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.03 Инновационные технологии в рекламе*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
ПКУВ-4.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки					
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ					
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ					
Знать: основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;					
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационны	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
х задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем комму никационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований					
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры					
Знать: основные методы и приемы политикиформирования корпоративной идентичности икорпоративной культуры; особенности организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе; осуществлять организацию внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыком эффективного участия в организациях внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
способностью работать в группе и коллективе в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии					
Знать: организацию системы сбыта и товародвижения; планирование оптовых и розничных продаж, маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка; позиционирования продуктов и компаний; оценку конкурентоспособности продуктов и конкурентов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии специализированные программные ресурсы; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ,	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
формированием к оммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации комм уникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности ко ммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации ком муникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и инф ормационно-комм уникативными стратегиями	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;					
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Специфика использования Интернет-технологий в рекламной деятельности.

2. Интернет как канал рекламных коммуникаций: сходство и различия с традиционными видами рекламы.

3. Специфика и преимущества разных видов Интернет-рекламы по характеру распространения информации.

4. Баннер как основной носитель Интернет-рекламы: разновидности.

5. Текстовые блоки: преимущества и недостатки текстовой рекламы в Сети.

6. Rich Media реклама: разновидности, преимущества.

7. Специфика коммерческой и имиджевой рекламы в Интернете.

8. Способы распространения рекламной информации в Интернете: e-mail- рассылки, телеконференции.

9. Сети баннерного обмена.

10. Основные рекламные площадки: порталы, поисковые системы, каталоги, рейтинги, тематические сайты.

11. Web-сайт как объект и субъект рекламной деятельности.

12. Продвижение Интернет-ресурса: в онлайновой среде и оффлайне.

13. Субъекты инфраструктуры рынка Интернет-рекламы.

14. Рынок рекламных услуг Санкт-Петербурга (рекламные агентства, Web- студии, фриланс).

15. Исследование рекламной аудитории в Интернете: способы проведения и методы обработки данных.

16. Брендинг в сети Интернет.

17. Правовые и этические вопросы рекламной деятельности в Сети.

18. Проблема спама.

19. Формы взаимодействия участников электронного рынка: электронные торговые площадки.

Тестовые задания

1. К факторам, определяющим инновацию не относятся:

а) рыночная среда; б) ресурсы;

в) кадры;

г) реклама;

д) потребители.

2. Питер Ф. Друкер выделяет 7 источников инновационной возможности. Какой из ниже представленных источников не входит в его классификацию?

а) неожиданность;

б) демографический фактор;

в) нелепость (несоответствие);

г) новые знания;

д) фактор риска;

е) изменения в ценностных установках.

3. Методы активизации инновационного процесса не включают в себя:

а) синектика;

б) бисоциация;

в) ТРИЗ;

г) корреляционный анализ;

д) мозговой штурм;

е) лабораторные исследования.

4. «Центр» инноваций в США – «Силиконовая долина», а в России: а) Казань;

б) Уфа;

в) Сколково;

г) Москва;

д) Кижи;

е) Каспийск.

5. Инновационная стратегия предприятия: бороться за выживание, используя привычные консервативные технологии при минимуме затрат на нововведения. Как называется данная стратегия?

а) наступательная;

б) традиционная;

в) зависимая;

г) имитационная

6. По срокам действия проекты бывают:

а) долгосрочные;

б) краткосрочные;

в) промежуточные;

г) затяжные;

д) среднесрочные

7. К типам отдыха не относится:

а) Морской и пляжный отдых;

б) Экскурсионный отдых;

в) Деловой туризм;

г) Паломничество.

8. Активное вмешательство государства в научную деятельность характерно для:

а) Японии;

б) Германии;

в) США;

г) Англии;

д) России.

9. Передачей прав на использование интеллектуальной собственности является:

а) патент;

б) франшиза;

в) ведомость;

г) доверенность;

д) расписка.

10. Расставьте этапы проведения маркетингового исследования в соответствующем порядке:

а) исследование конкурентов;

б) исследование потребителей;

в) исследование рынка;

г) исследование системы распространения товара, услуги

11. Существует 9 правил функционального маркетинга. Какое из ниже представленных не относится к ним:

а) Продавайте все известные функции продуктов;

б) Находите и продавайте скрытые функции продуктов;

в) Находите избыточные и вредные функции продуктов, исключая их; г) Продавайте функции по наибольшей цене;

д) Продавайте функции продуктов даже тогда, когда продукты уже проданы.

12. К основным формам бизнес-документации относят:

а) бизнес-план;

б) бизнес-идея;

в) заключение экспертной комиссии;

г) доверительное письмо;

д) технико-экономическое обоснование.

13. Методами управления инвестиционным риском может быть:

а.диверсификация;

б.передача (аутсорсинг);

в.вероятность возникновения;

г.хеджирование;

д.логическое сложение рисков.

14. Выберите из списка то, что относится к субъектам инновационного рынка:

а.гостиничные предприятия;

б.гостиничные услуги в. фонды

г.физические лица.

15. Относительно внешней среды инновационная стратегия может быть:

а. наступательная;

б. оборонительная;

в. адаптационная;

г. ситуационная

Вопросы к экзамену

1. Содержание понятия «инновация».

2. Виды инноваций

3. Инновационные процессы.

4. Жизненный цикл и функции инноваций

5. Инновационная деятельность в сфере рекламы.

6. Роль предпринимателя в инновационных процессах

7. Характеристика национальной инновационной системы.

8. Система государственного регулирования инновационных процессов.

9. Направления инновационного развития

10. Государственная поддержка инновационной деятельности в сфере рекламы

11. Содержание и характеристика государственной инновационной стратегии.

12. Инновационная стратегия предприятий

13. Планирование инноваций и инновационные проекты, их виды, содержание, этапы разработки

14. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах.

15. Риски в инновационной деятельности

16. Организация инновационной деятельности ее цели и задачи

17. Управление знаниями. Управление инновациями. Создание нововведений и их внедрение

18. Инновационная деятельность в рекламных компаниях

19. Человеческий фактор. Сущность интеллектуального продукта как собственности и интеллектуальной собственности как товара

20. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности.

21. Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности. Законы, регулирующие права в области применения новейших информационных технологий

22. Инновационные процессы на транспорте и в средствах размещения

23. Развитие информационных технологий и их внедрение в производственные процессы

24. Применение информационных технологий в сфере рекламы. Глобальные распределительные системы.

25. Электронная коммерция

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата.

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной

темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

– связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

– объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

– справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

– систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного

модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ,



усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена:	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.04 Рекламная деятельность в Интернете*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	9		Преддипломная практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
ПКУВ-4.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
46	46		Профессионально-творческая практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности					
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах					
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: применять методики для тактического	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;					
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ					
Знать: основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;					
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации ком муникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и инф ормационно-комм уникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании ком муникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем комму никационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационны х задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем комму никационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
исследований					
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры					
Знать: основные методы и приемы политикиформирования корпоративной идентичности икорпоративной культуры; особенности организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе; осуществлять организацию внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыком эффективного участия в организациях внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; способностью работать в группе и коллективе в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы докладов:

1. Понятие интернет-реклама и PR.

2. Назовите отличительные качества интернет-рекламы.

3. Опишите критерии ранжирования сайтов поисковыми системами.

4. Назовите правила увеличения релевантности интернет-ресурса.

5. Что должно входить в словарь поисковых запросов?

6. Какие правила необходимо учитывать при обмене ссылками между сайтами?

7. Виды маркетинговых исследований в интернете, методы получения и анализа информации.

8. Инструментарий и способы анализа целевой аудитории в интернете.

9. Конкурентная разведка в интернете, бенчмаркинг.

10. Понятие поискового продвижения сайта.

11. Перечислите преимущества использования поисковой рекламы.

12. Какие группы показатели характеризуют аудиторию сайта?

13. Назовите основные подходы к организации обмена ссылками.

14. Способы размещения баннерной рекламы.

15. Перечислите преимущества и недостатки различных видов таргетинга.

16. Перечислите преимущества размещения рекламы в сетях баннерного обмена.

17. Основные признаки спама

18. Понятие вирусного маркетинга.

19. Перечислите основные методы сбора информации для анализа эффективности интернет-рекламы.

20. Назовите основные показатели эффективности интернет-рекламы и дайте их краткую характеристику.

21. Создание рекламной кампании в сети Интернет.

22. PR-кампания в Интернете.

23. Понятие контекстной рекламы.

24. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании.

25. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании.

26. Понятие поискового продвижения сайта.



27. Поисковая оптимизация.

28. Понятие и сущность социальной сети.

29. Типы основных ресурсов и сервисов в социальных медиа.

30. Возможности социальных медиа как площадки для интернет-рекламы.

31. Ведущий контент в социальных сетях и их использование в рекламном продвижении

32. Интеграция сайта с социальными сетями.

33. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет.

34. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.

35. Составление прогноза бюджета мероприятий интернет-рекламы.

36. Пост-клик анализ рекламной кампании.

37. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы.

38. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов.

Тестовые задания:

1. Что выполняет постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими:

а) основная задача

б) процесс рынка

в) полная информация

2. Укажите количество этапов, согласно стратегии рекламы:

а) 5

б) 4

в) 6

3. Как называются виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке:

а) персональные продажи

б) имидж

в) стимулирование сбыта

4. Как называется достижение высокой общественной репутации фирмы:

а) паблик – рилейшнз

б) таргетинг

в) директ – маркетинг

5. Необходимо выбрать два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:

а) пропаганда и рекламный слоган

б) реклама и фирменный стиль

в) реклама и пропаганда

6. Необходимо выбрать лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:

а) престижная реклама

б) безличная реклама

в) прямая реклама

г) товарная реклама

7. Как называется малоформатное нефальцованное или односгибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

а) плакат

б) проспект

в) листовка

8. Как называется программа из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, процентируемых на одном или нескольких экранах:

а) слайд – фильм

б) кинофильм

в) видеофильм

9. Как называется информация, которая зачитывается диктором:

а) радиоролик

б) поздравление

в) радиообъявление

10. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров

а) почтовая реклама

б) наружная реклама

в) подарочные изделия

11. Как называется подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы:

а) стратегия рекламы

б) понимание

в) задача рекламы

12. Как называется распространение информации о существовании продукта:

а) понимание

б) знание

в) отношение

13. Как называется установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем:

а) директ – маркетинг

б) сейлз – промоушн

в) таргетинг

14. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя называется:

а) рынок

б) средство распространения рекламы

в) рекламное агентство

15. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним:

а) информативная реклама

б) престижная реклама

в) товарная реклама

16. Процесс создания рекламного продукта включает в себя именно такое количество действий:

а) 7

б) 6

в) 11

17. Выберите правильное определение: издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это:

а) проспект

б) плакат

в) буклет

18. Как называется тематическая радиопередача информационно–рекламного характера:

а) радиообъявление

б) радиожурнал

в) радиорепортаж

19. Рекламно – информационное письмо относится к:

а) почтовой рекламе

б) рекламным сувенирам

в) наружной рекламе

20. Что является основными носителями рекламы в Интернете:

а) компьютерная сеть

б) электронная почта, баннеры

в) вирусы

21. Самое влиятельное средство рекламы:

а) телевизионная реклама

б) интернет

в) реклама в газетах

22. Отметьте, кто в модели речевой коммуникации является адресантом:

а) источник сообщения

б) получатель сообщения

в) специфические обстоятельства, которые характеризуют данную коммуникацию

г) то, что передается адресату

23. Что не включает в себя набор инструментов маркетинговых коммуникаций?

а) выставки/ярмарки

б) спонсорство

в) маркетинговую информационную систему

г) рекламу

24. Основными адресантами маркетинговых коммуникаций не являются:

а) сотрудники данной фирмы

б) действительные и потенциальные потребители (целевой рынок)

в) коммуникационные шумы

г) поставщики

25. В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории не выделяют:

а) локальную рекламу

б) региональную рекламу

в) массовую рекламу

г) общенациональную рекламу

Вопросы к экзамену:

1. Веб-сайт с точки зрения маркетинга.

2. История развития веб-сайтов.

3. Три «кита» PR в Интернете: Web-PR, NetPR, Online-PR.

4. Корпоративные веб-сайты организаций, их значение и цель.

5. Чаты и форумы как виды коммуникации с потребителем.

6. Организация рекламной деятельности в сети Интернет.

7. Принципы и методы реализации рекламных коммуникаций в Интернете.

8. Виды Интернет-рекламы и способы их классификации.

9. Сущность, цели и задачи SMM (Social Media Marketing).

10. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных медиа.

11. Типы социальных сетей, обзор Facebook, VK, Одноклассники.

12. Таргетированная реклама, сотрудничество с блогерами и другие методы продвижения.

13. Типы и виды веб-сайтов.

14. Принципы проектирования и разработки сайта.

15. Техническое исполнение и системы управления сайтом (CMS).

16. Типовые информационные блоки стандартного веб-сайта организации.

17. Особенности дизайна и верстки веб-страниц.

18. Механизмы размещения и продвижения сайтов в сети.

19. Принципы работы поисковых систем.

20. Увеличение релевантности веб-ресурса.

21. Повышение индекса цитирования.

22. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах.

23. Особенности электронного PR-текста.

24. Принципы медиапланирования.

25. Специальные проекты в сети Интернет.

26. СМИ как рекламный инструмент.

27. Нативная реклама в СМИ, жанр адверториал.



28. Медиабаинг.

29. Реклама с использованием электронной почты.

30. Технология осуществления рассылки.

31. Результат автоматизированных серий писем.

32. Тренды современного E-mail маркетинга.

33. Стратегия сегментации.

34. Анализ конкурентоспособности и посещаемости сайта, источников трафика, активности и лояльности пользователей.

35. Контент-менеджмент.

36. Практичность интерфейса, интерактивность, навигация.

37. Кросс-постинг.

38. Блоггинг.

39. Проведение маркетинговых исследований в Интернет.

40. Сбор маркетинговой информации методом онлайн-анкетирования.

41. Контент-маркетинг.

42. Нативная реклама.

43. Контекстная реклама в системах Яндекс.Директ, Google Adwords.

44. Реклама в мобильных приложениях.

45. Messenger-маркетинг.

46. Показатели эффективности интернет-рекламы.

47. Интернет-маркетинг и электронный бизнес.

48. Геймификация как направление цифрового маркетинга.

49. Инструменты интернет-маркетинга в сервисе YouTube.

50. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и

умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критериоцениваниядоклада:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори- тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво- рительно»	Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

– связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

– объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

– справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

– систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного

модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является»,

«относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70

% тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете



«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.05 Консалтинг в связях с общественностью*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Антикризисный PR
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Внутрикорпоративный PR
7	8		Имиджелогия
7	8		Медиарилейшнз
6	7		Медиакарта региона
6	7		Брендинг территории
67	678		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	56		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Консалтинг в связях с

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации					
Знать: технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
конфликтных ситуаций					
Уметь: обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками создания эффективной ком муникационной инфраструктуры организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью					
Знать: способы применения теории, инструментов и	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;					
Уметь: Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
Знать: правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет
Уметь: определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию комм уникационного продукта;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ					
Знать: основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет
Уметь: разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии					
Знать: основы планирования и организации комм уникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности ко ммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, зачет
Уметь: выполнять аналитические и организационные	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий			ошибки		
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы



Темы рефератов:

1. Становление и развитие политического консалтинга.

2. Политический консалтинг в общей системе консультационных услуг.

3. Социология политики как методологическая основа формирования концепции политического консалтинга.

4. Изучение политической системы общества и исследование политических ресурсов партийных блоков и лидеров.

5. Методы сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений.

6. Модели политического консалтинга.

7. Политический консалтинг в системе анализа политической системы и изучения политических отношений в обществе.

8. Консультационные услуги как инструмент устранения и смягчения политических конфликтов.

9. Политический аудит как инструмент диагностики.

10. Социология политического конфликта.

11. Использование современных информационных технологий в качестве механизма регулирования политических конфликтов.

12. Организационное поведение в кризисных политических ситуациях.

13. Методика и техника проведения мониторинга социально-политических процессов.

14. Политический консалтинг в системе прогнозирования политических процессов и принятия политических решений.

15. Управленческие решения в политической сфере.

16. Планирование политической деятельности.

17. Организационное развитие как политическая деятельность и его место в политическом консалтинге.

18. Принятие управленческих решений с помощью политических консультантов, консалтинговых служб и фирм.

19. Управленческое консультирование в сфере оптимизации структуры политической организации.20. Консалтинговые услуги по выявлению соответствующих сегментов политического рынка и категорий клиентов.

21. Применение политического консалтинга в системе общественных связей и в системе информационно-коммуникационных процессов.

22. Технология социально-политического моделирования.

23. Имидж политического лидера и политической структуры.

24. Методика оказания консультационных услуг по формированию и поддержанию имиджа политической структуры и лидера.



25. Планирование политических кампаний и PR-акций в России.

26. Исследование приемов политической борьбы.

27. Учет в политических кампаниях и акциях ценностей массового политического сознания.

28. Программы участников политических акций.

29. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия на людей в процессе политического общения.

30. Стратегия и тактика избирательной кампании.

31. Медиапланирование. Структура и показатели медиаплана.

32. Медиапланирование политической рекламы: распределение рекламных бюджетов в различных средствах массовой информации и рекламы.

33. Технология социально-политического моделирования.

34. Политический менеджер: планирование переговорного процесса и различных акций.

35. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание и электоральные предпочтения аудитории.

36. Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.

37. Информационное воздействие средств массовой информации на формирование политических предпочтений.

38. Социологическое изучение механизмов формирования общественного мнения в политической сфере.

39. Изучение массовых информационных потоков в политической системе.

40. Исследование массовых политических коммуникаций в рамках политического консалтинга.

41. Консалтинговые услуги в области бренд-менеджмента.

42. Консалтинговые услуги в оптимизации внутрикорпоративных отношений.

43. PR-консалтинговые услуги по повышению инвестиционной привлекательности организации.

Тесты по дисциплине:

1. До тех пор пока терминология политического консалтинга не была выработана, функции политических консультантов выполняли:

а) кофешенки, тафельдекеры;

б) мажордомы, кухмистеры;

в) секретари, мудрецы, советники, астрологи.

2. Профессиональное консультирование электоральных кампаний сформировалось:

а) во Франции в конце XX века;

б) в США в середине XX века;

в) В Великобритании в начале XX века;

3. Самым древним прикладным руководством политических консультантов, в котором намечены методологические подходы к стратегическому и тактическому планированию политической деятельности является:

а) Древнекитайские стратагемы;

б) труды Платона и Аристототеля «Политика», «Государство», «Законы»;

в) Махабхарата.

4. Современный информационный рынок включает следующие взаимодействующие области:

а) информацию; электронные сделки; электронные коммуникации;

б) интернет, электронные биржи, ценные бумаги;

в) мобильные банки, клиентские базы, интернет-посредники;

5. Периодом активного становления рынка информационных технологий в России можно считать:

а) 1991-1992 гг.;

б) 1994-1995 гг.;

в) 1992-1993 гг.

6. Что не является характерной чертой современных информационных технологий:

а) компьютерная обработка информации;

б) хранение больших объёмов информации на машинных носителях;

в) наличие спама и шпионских программ;

г) передача информации на любые расстояния в кротчайшие сроки.

7. Основателем Американской ассоциации политических консультантов является:

а) Рэймонд Стразер;

б) Джозеф Наполитан;

в) Роберт В. Фриденберг.

8. Становление консалтингового бизнеса во многом связано с распространением:



а) интегрированных информационных систем класса управления ресурсами предприятия;

б) теории политической коммуникативистики;

в) линейной модели коммуникации.

9. Что не относится к числу важнейших характеристик американской модели политического консультирования?

а) приоритетная роль государства в информационно-коммуникационных процессах;

б) высокий уровень институализации и легализации бизнеса;

в) персонализация избирательных кампаний;

г) доминирующая роль СМИ в политической коммуникации.

10. Что не относится к факторам, затрудняющим развитие профессионального политического консультирования в странах Западной Европы?

а) партийные структуры в этом регионе оказались более устойчивыми;

б) финансовое ограничение деятельности политических консультантов;

в) идеологические разделительные линии гораздо прочнее отпечатались в сознании избирателей;

г) законодательство большинства европейских стран устанавливало многочисленные ограничения на пути применения современных методов политической коммуникации

д) небольшие размеры стран и малое количество избирательных кампаний.

11. В России парламентские выборы 1995 года обозначили начало процесса движения политического консалтинга от:

а) заимствованной американской модели к российской модели политического консалтинга;

б) от модели смешанного типа к западноевропейской модели политического консалтинга;

в) доминирующей внешней модели к смешанному типу политического консалтинга.

12. Какой национальной модели политического консалтинга по типологии Петера Радунски не существует?

а) американской;

б) французской;

в) английской;

г) германской.

13. Какие факторы не влияют на формирование национальных моделей политического консалтинга (выберите два или более варианта ответа)?

а) наличие фундаментальных знаний в области политического консультирования;

б) уровень развития экономики;

в) степень демократизации общества;

г) уровень развития института права собственности;

д) историко-культурные особенности развития общества и государства

е) степень участия и активность граждан в политической жизни.

14. Какие функции выполняет имидж политика (выберите два или более варианта ответа)?

а) произведение запланированного впечатления;

б) грамотная мотивация;

в) быструю реакцию на изменение общественного мнения.

г) правильное позиционирование.

15. К наиболее значимым психологическим характеристикам лидера относятся?

а) агрессивность внешность;

б) лидерство, коммуникабельность, способность вырабатывать и генерировать социальные идеи;

в) психологические особенности, манеры, честность;

г) политическая и национально-этническая принадлежность.

16. С точки зрения психологии в структуре политического имиджа обязательно должны выделяться:

а) как достоинства, так и определенные недостатки своего «прообраза»;

б) только достоинства своего «прообраза»;

в) только недостатки своего «прообраза».

17. Что такое «имидж»?

а) известность;

б) внешний вид;

в) желательная модель лучшего будущего;

г) образ субъекта, воспринимаемый другими.

18. Какие из перечисленных технологий связей с общественностью применимы в условиях политического конфликта (выберите два или более варианта ответа):

а) компромат и «информационные войны»;

б) игнорирование информационной атаки;

в) противодействие «черному PR»;

г) «серый PR»;

д) технология «Имей свою версию. Расскажи все. Расскажи быстро».

19. Какие два направления можно выделить в рамках информационно-аналитического обеспечения избирательной кампании (выберите два или более варианта ответа)?

а) вхождение в политическое сообщество; вхождение в политическое сообщество;

б) исследование округа накануне выборов, т.е. за несколько месяцев до их назначения;

в) обеспечение информационно-аналитической поддержки планируемой избирательной кампании;

г) укрепление известности в расчете на будущие выборы.

20. Социологическое обеспечение избирательной кампании поможет (выберите два или более варианта ответа):

а) выявить проблемные моменты, на путях решения которых может быть сосредоточена предвыборная программа кандидата;

б) выявить рейтинг кандидата и факторы, которые могли бы способствовать его росту;

в) спрогнозировать результаты выборов.

г) скорректировать мнение избирателей;

21. Сегментирование электората – это?

а) выделение целевой группы избирателей по политическим убеждениям;

б) формирование образа кандидата у целевой аудитории;

в) выделение групп избирателей, ведущих себя одинаково по отношению к кандидату или политической партии.

22. Комплекс мероприятий информационного влияния на массовое сознание в условиях информационной открытости для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в их интересы – это?

а) информационная война;

б) информационная блокада;

в) формирование «повестки дня»;

г) «серый PR».

23. Под стратегией избирательной кампании понимается:

а) воздействие на выделенные группы субъектов политического консалтинга;

б) информирование населения о кандидате, основных целях его программы, формирование у избирателей мнения, суждения, убеждения, оценки, установки, ориентирующие их на поддержку именно этого кандидата;

в) общая направленность, содержание и порядок действий кандидата и его команды



по достижению поставленных целей.

24. Что из перечисленного относится к приемам упреждающего психологического воздействия (выберите два или более варианта ответа)?

а) смена темы беседы;

б) маскировка;

в) управление поведением действительного или потенциального противника, в частности, его намерениями;

г) стремление показать свое безразличие, или псевдо-невнимательность.

25. Перспективным направлением политического консалтинга в России является:

а) инжиниринг;

б) фандрайзинг;

в) спиндоктринг;

в) лоббирование.

Вопросы к зачету:

1. Понятие консультирования.

2. Связь консультирования с другими видами деловых профессиональных услуг.

3. Характерные черты консультирования.

4. Цели и структура консалтинга в связях с общественностью.

5. Эволюция взглядов на консультирование.

6. Консалтинг как способ разрешения противоречий внутри социальной системы.

7. Спецификация консультирования в связях с общественностью.

8. Национальные модели консалтинга.

9. Современное состояние и перспективы развития консалтинга.

10. Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.

11. Политический консалтинг как комплекс консультационных услуг и многогранное изучение политической сферы общества, региона.

12. Изучение политической системы общества и исследование ресурсов партийных блоков и лидеров как источник информации в системе политического консалтинга.

13. Применение социологических и психологических методов сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений.

14. Особенности взаимодействия информационных технологий и консалтинга.

15. Типология политических технологий.

16. Различные виды консалтинга (финансовый, маркетинговый, организационный, кадровый, управленческий, политический).

17. Стадии консалтингового проекта.

18. Роль и ответственность консультанта.

19. Истоки, виды и формы российского политического консалтинга.

20. Анализ взаимодействия различных информационных ресурсов.

21. Разновидности политического консалтинга.

22. Обзор моделей политического консалтинга.

23. Особенности применения на практике моделей экспертного, процессного и обучающего политического консалтинга.

24. Политический консалтинг как модель формирования политического лидера.

25. Имидж публичного политика.

26. Методы и приемы формирования политического имиджа.

27. Политическая имиджелогия и консалтинговая стратегия.

28. Психологическая структура имиджа политического лидера и пути ее оптимизации.

29. Роль психологии делового общения в деятельности политического лидера.

30. Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.

31. Подготовительный и предвыборный этапы избирательной кампании.

32. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание.

33. Стратегия и тактика избирательной кампании.

34. Роль средств массовой информации в формировании политического сознания.

35. «Информационные войны» в условиях избирательной кампании.

36. Приемы и методы убеждающего воздействия на людей в процессе политического общения.

37. Психология делового общения в деятельности политического лидера.

38. Этапы и методы информационного воздействия СМИ на формирование политических предпочтений.

39. Социологическое обеспечение избирательной кампании. Методы изучения механизмов формирования общественного мнения в политической сфере.

40. Управленческие решения в политической сфере.

41. Планирование политической деятельности.

42. Принятие управленческих решений с помощью политических консультантов, консалтинговых служб и фирм.

43. Реализация системы консалтинговых мер.

44. Понятие процесса управленческого консультирования. Организация процессов управленческого консалтинга и их характеристики.

45. Консультации по оптимизации структуры политической организации.

46. Технология социально-политического моделирования.

47. Выработка рекомендаций по реорганизации политической структуры и политических процессов.

48. Разработка концепции консультационной услуги в системе антикризисного политического управления и регулирования.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.

«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения

учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Галинская Наталья Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.06 Стратегический маркетинг*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
5	5		Организация продвижения продукции
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время			
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
3	3		Экология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			различными нарушениями здоровья
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3	4		Основы бережливого производства

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии					
Знать: организацию системы сбыта и товародвижения; планирование оптовых и розничных продаж, маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка; позиционирования продуктов и компаний; оценку конкурентоспособности продуктов и конкурентов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, курсовой проект, экзамен
Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии специализированные программные ресурсы; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение					
Владеть: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формированием к оммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации комм уникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности ко ммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, курсовой проект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
различного типа;					
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации ком муникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и инф ормационно-комм уникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании ком муникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем комму никационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационны х задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем комму никационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, курсовой проект, экзамен
Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах нагосударственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: современными ин	Частичное владение	Несистематическое применение	В систематическом	Успешное и систематическое	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
формационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	навыками	навыков	применении навыков допускаются пробелы	применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, курсовой проект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.					
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, курсовой проект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.					
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения- соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера- навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время					
Знать: основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, курсовой проект, экзамен
Уметь: определять круг задач в рамках профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Владеть: навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет, курсовой проект, экзамен
Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы докладов:

1. Стратегическое маркетинговое планирование фирмы (на примере конкретной фирмы)

2. Принципы и методы организации стратегического маркетинга (на примере конкретной фирмы)



3. Конкуренция и методы ее оценки при разработке стратегии развития фирмы

4. Анализ влияния окружающей среды маркетинга на рыночную деятельность фирмы

5. Принципы и методы анализа портфеля продукции

6. Матрица Литл – роль и место в стратегическом маркетинге

7. Матрица Ансоффа – роль и место в стратегическом маркетинге

8. SWOT-анализ – роль и место в стратегическом маркетинге

9. Benchmarking – роль и место в стратегическом маркетинге

10. Методы анализа внутренней среды

11. Методы и анализа внешней среды

12. Принципы проведения анализа конкуренции с использованием модели М. Портера

13. Организация стратегического маркетингового планирования

14. Стратегический анализ как основа выбора стратегических альтернатив развития

15. Роль и место инструментов стратегического анализа и диагностики при разработке стратегии развития

16. Организация оценки альтернатив развития

17. Конкурентное преимущество как основа выбора маркетинговой стратегии

18. Базовые конкурентные стратегии: особенности их выбора

19. Стратегический маркетинг в малом бизнесе

20. Методология и организация стратегического анализа

21. Опыт анкетирования и интервьюирования при разработке миссии и целей фирмы

22. Использование стратегических моделей в деятельности фирмы

23. Моделирование в стратегическом маркетинге потребителей

24. Маркетинговый аудит как основа успешной стратегии

25. Стратегический маркетинг в торговле (на примере торговой фирмы)

26. Стратегия специализации как основа успеха малой фирмы

27. Методы стратегического анализа при разработке стратегии развития

28. Стратегии роста как залог успеха малых и средних фирм

29. Стратегический и операционный маркетинг на фирме (на реальном примере)

30. Стратегический маркетинг в различных отраслях (отраслевой маркетинг)

Тестовые задания:

1. Концепция маркетинга включает идею:

а) интеллектуального развития человека;

б) удовлетворения потребностей;

в) духовного развития;

г) всеобщей Декларации прав человека

2. Маркетинг следует рассматривать как:

а) метод обеспечения эффективности торговли;

б) комплекс рычагов результативных действий предприятия на рынке;

в) орудие обеспечение сферы обмена в целом;

г) инструментарий повышения эффективности функционирования сферы обслуживания человека

3. Предприятия домаркетингового периода акцентировали основное внимание на:

а) сфере производства;

б) процессах сбыта товаров;

в) закупках сырья и материалах;

г) максимизации прибыли

4. Без обеспечения какого из перечисленных этапов маркетинговая деятельность теряет смысл:

а) создание потребностей;

б) выявление потребностей;

в) поиск новых способов удовлетворения потребностей;

г) рекламирование товаров

5. Маркетинговая деятельность предприятия состоит в:

а) выявлении и удовлетворении потребностей клиентов;

б) создании наиболее приемлемых для клиентов товаров;

в) выявлении наиболее удобных способов предоставления товаров и услуг;

г) все ответы правильные

6. Рынок - это:

а) производство средств производства;

б) планирование темпов и пропорций развития экономики;

в) отношения по поводу производства и реализации товаров и

услуг;

г) централизованный обмен товарами и услугами.

7. Что из нижеперечисленного не относится к маркетингу:

а) концепция совершенствования товара;

б) интенсификация коммерческих усилий;

в) удовлетворение потребностей;

г) производственная функция Кобба-Дугласа

8. Удовлетворение различных потребностей людей в соответствии с

интересами общества является целью концепции:

а) традиционного маркетинга;

б) социально-этичного маркетинга;

в) совершенствования производства;

г) совершенствования товара

9. Консьюмеризм представляет собой движение:

а) за права женщин;

б) за нераспространение наркотиков;

в) за здоровый образ жизни;

г) в защиту прав потребителей

10.Составляющими маркетинговой среды являются:

а) макросреда во всех ее проявлениях;

б) микросреда;

в) внутренняя среда предприятия;

г) макро-, микро - среда и внутренняя среда предприятия

11.К факторам макросреды не относятся:

а) экономические условия;

б) политические факторы;

в) производственные мощности фирмы-производителя ;

г) природные условия

12. Необходимость изучения среды маркетинга обуславливается следующим:

а) предприятие – открытая система;

б) цена ошибки достаточно высока;

в) среда неизвестна и влиятельна;

г) среда динамична, сложна, непредсказуема и влиятельна

13. Все факторы среды по их влиянию и степени контроля делятся на:

а) неконтролируемые и не влияющие;

б) контролируемые и достаточно влияющие;

в) неконтролируемые и контролируемые и достаточно влияющие;

г) неконтролируемые и контролируемые и недостаточно влияющие

14. Изучение внутренней среды фирмы предполагает

а) исследование законодательных ограничений ее деятельности;

б) исследование внутренних факторов производственно-сбытовой деятельности;

в) исследование возможностей фирмы на рынке

г) все ответы правильны

15. Какие из приведенных элементов комплекса маркетинга наиболее важны:

а) продукт, цена;

б) распределение;

в) важность факторов определяется конкурентной ситуацией на рынке и возможностями фирмы

г) продвижение;

16. Что такое « 4 Р» ?

а) составляющие PEST –анализа;

б) комплекс маркетинговых элементов

в) составляющие модели М. Портера;

г) элементы маркетинговой стратегии;

17.С точки зрения маркетинга товар определяют как:

а) продукт интеллектуального труда;

б) объект, подлежащий измерению;

в) все, что может удовлетворить потребность и предлагается рынку;

г) продукт физического труда

18.Что такое дифференциация товаров:

а) ситуация, когда на рынке выступает один продавец;

б) товары одного вида, которые нельзя отличить друг от друга;

в) отсутствие товаров на рынке;

г) процесс согласования предложения товаров с изменениями спроса;

19. Перечисленные характеристики товара: качество, характеристики, специфическое оформление, ценовые параметры характерны для:

а) товара в реальном исполнении;

б) товара с подкреплением;

в) товара по замыслу;

г) номенклатурной единицы

20. Когда говорят о товаре с подкреплением, принимают во внимание такие характеристики:

а) уровень качества, специфическое оформление;

б) марку товара, его цену;

в) гарантии, инструкции, обучение, помощь при ремонте;

г) позицию товара в ассортименте предприятия

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания доклада:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.

«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки курсовых проектов

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, являющемуся автором курсового проекта, соответствующего всем установленным требованиям, в том числе формальным. Содержание работы должно свидетельствовать о том, что студент творчески подошел к освещению темы, использовал самостоятельно найденные источники, в том числе новейшие научные публикации и нормативные документы по теме курсового проекта, не только произвел обобщение и оценку различных научных позиций, но и сформулировал и убедительно аргументировал собственную точку зрения. При этом во время защиты студент должен:

а) продемонстрировать понимание актуальности заявленной темы, ее научную и практическую значимость, знание материала, являвшегося предметом исследования;

б) уметь обосновать выводы исследования;

в) правильно ответить на все вопросы, касающиеся темы курсовой работы.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, являющемуся автором курсового проекта, соответствующего всем предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Содержание проекта должно свидетельствовать о том, что отдельные пункты плана работы рассмотрены неполно, хотя в целом тема раскрыта достаточно подробно. Студент не продемонстрировал твердого навыка самостоятельного поиска новейших научных публикаций и нормативных документов по теме курсовой работы, а также иных необходимых источников. Имеются небольшие изъяны в оформлении текста. При этом во время защиты студент должен:

а) продемонстрировать понимание актуальности заявленной темы, ее научную и практическую значимость, знание материала, являвшего предметом исследования;

б) правильно ответить на вопросы, касающиеся темы курсовой работы.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, являющемуся автором

курсового проекта, в целом соответствующей предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Содержание работы должно свидетельствовать о том, что:

1) студент показал лишь умение компилировать найденный по теме материал, опирался в основном на учебную литературу;

2) в недостаточном объеме использовал специальные, в том числе, новейшие источники по теме (научные публикации, нормативные документы, обзоры юридической практики и т.д.);

3) не смог сформулировать самостоятельные выводы и оценки рассмотренных вопросов;

4) допустил серьезные изъяны в оформлении работы.

При этом во время защиты студент должен продемонстрировать:

а) умение раскрыть актуальность заявленной темы;

б) не более двух неправильных ответов на вопросы научного руководителя, а в случае необходимости – иных лиц, присутствующих на защите.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, являющемуся автором курсового проекта, не соответствующей предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Неудовлетворительная оценка выставляется, если во время защиты студент:

а) не раскрыл актуальность темы исследования;

б) не смог ответить более чем на два вопроса научного руководителя, а в случае необходимости – иных лиц, присутствующих на защите;

в) использовал литературу без необходимых ссылок на нее в тексте работы.

Оценка «неудовлетворительно» также выставляется, если во время защиты у научного руководителя возникли обоснованные сомнения в том, что студент является автором представленной к защите курсовой работы (он не ориентируется в тексте работы; не может дать ответы на уточняющие вопросы, касающиеся сформулированных в работе положений; аналогичные или тождественные по содержанию проекта имеются в Интернете и т.д.). Такая оценка выставляется и в том случае, если проект не соответствует всем предъявляемым требованиям.

Критерии оценки курсовых проектов

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, являющемуся автором курсового проекта, соответствующей всем установленным требованиям, в том числе формальным. Содержание работы должно свидетельствовать о том, что студент творчески подошел к освещению темы, использовал самостоятельно найденные источники, в том числе новейшие научные публикации и нормативные документы по теме курсовой работы, не только произвел обобщение и оценку различных научных позиций, но и сформулировал и убедительно аргументировал собственную точку зрения. При этом во время защиты студент должен:

а) продемонстрировать понимание актуальности заявленной темы, ее научную и практическую значимость, знание материала, являвшегося предметом исследования;

б) уметь обосновать выводы исследования;



в) правильно ответить на все вопросы, касающиеся темы курсовой работы.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, являющемуся автором курсового проекта, соответствующей всем предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Содержание работы должно свидетельствовать о том, что отдельные пункты плана работы рассмотрены неполно, хотя в целом тема раскрыта достаточно подробно. Студент не продемонстрировал твердого навыка самостоятельного поиска новейших научных публикаций и нормативных документов по теме курсовой работы, а также иных необходимых источников. Имеются небольшие изъяны в оформлении текста. При этом во время защиты студент должен:

а) продемонстрировать понимание актуальности заявленной темы, ее научную и практическую значимость, знание материала, являвшего предметом исследования;

б) правильно ответить на вопросы, касающиеся темы курсовой работы.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, являющемуся автором курсового проекта, в целом соответствующей предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Содержание работы должно свидетельствовать о том, что:

1) студент показал лишь умение компилировать найденный по теме материал, опирался в основном на учебную литературу;

2) в недостаточном объеме использовал специальные, в том числе, новейшие источники по теме (научные публикации, нормативные документы, обзоры юридической практики и т.д.);

3) не смог сформулировать самостоятельные выводы и оценки рассмотренных вопросов;

4) допустил серьезные изъяны в оформлении работы.

При этом во время защиты студент должен продемонстрировать:

а) умение раскрыть актуальность заявленной темы;

б) не более двух неправильных ответов на вопросы научного руководителя, а в случае необходимости – иных лиц, присутствующих на защите.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, являющемуся автором курсового проекта, не соответствующей предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Неудовлетворительная оценка выставляется, если во время защиты студент:

а) не раскрыл актуальность темы исследования;

б) не смог ответить более чем на два вопроса научного руководителя, а в случае необходимости – иных лиц, присутствующих на защите;



в) использовал литературу без необходимых ссылок на нее в тексте работы.

Оценка «неудовлетворительно» также выставляется, если во время защиты у научного руководителя возникли обоснованные сомнения в том, что студент является автором представленной к защите курсовой работы (он не ориентируется в тексте работы; не может дать ответы на уточняющие вопросы, касающиеся сформулированных в работе положений; аналогичные или тождественные по содержанию работы имеются в Интернете и т.д.). Такая оценка выставляется и в том случае, если работа не соответствует всем предъявляемым требованиям.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена: **:**	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает

	последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.07 Предпринимательство в сфере рекламы и PR*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
5	5		Организация продвижения продукции
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.			
4	4		Экономика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-9.2 Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.			
4	4		Экономика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	5б		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-9.3 Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности.			
4	4		Экономика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	5б		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии					
Знать: организацию системы сбыта и товародвижения; планирование оптовых и розничных продаж, маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
рынка; позиционирования продуктов и компаний; оценку конкурентоспособности продуктов и конкурентов.					
Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии специализированные программные ресурсы; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
деловой информацией в устной и письменной формах нагосударственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора.					
Владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ					
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.					
Знать: экономические законы производства: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики;- основы микроэкономики, теорию потребительского поведения, издержки производства, типы рыночных структур, рынки факторов производства; основы макроэкономической политики государства, основные макроэкономические показатели и принципы их расчета; механизм формирования валового внутреннего продукта и валового национального дохода, теорию макроэкономического равновесия, бюджетно-налоговую и денежно-кредитную политику, механизм регулирования инфляции и безработицы; основы функционирования мировой экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач;- применять творческий, аналитический, прогностический, креативный и др. подходы к решению проблемы исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;- использовать экономический инструментарий анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации); адекватно воспринимать содержание, находить и анализировать экономическую информацию, имеющуюся в экономической литературе и используемую в СМИ для ориентирования в основных текущих проблемах экономики;- анализировать экономическую политику государства,формировать собственную позицию по отношению к ней и вырабатывать свою точку зрения на происходящие в стране экономические процессы					
Владеть: навыками решения простейших задач по дисциплине; навыками графического иллюстрирования вопросов экономики;- методами системного творческого решения проблемы	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
исследования на базовом уровне исходя из поставленных задач и ожидаемых результатов; - навыками содержательной интерпретацией и адаптацией знаний экономической теории для решения профессиональных задач; способностью к обобщению, поиску и оценке альтернативных способов решения поставленных экономических задач					
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.2 Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.					
Знать: основные принципы и содержание экономических законов и категорий, структуру экономических показателей; источники и способы анализа экономической информации, характеризующей денежную, валютную, кредитную, банковскую системы.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: применять экономические модели и методы для описания процессов и явлений в различных сферах деятельности;- пользоваться различными инструментами сбора, анализа и обработки экономических данных;- организовывать собственную деятельность числе в области учёта расходов и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
доходов, приобретения финансовых продуктов услуг), выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;- правильно использовать теоретические практической деятельности по использованию экономической информации;- результативно использовать современные финансовые инструменты;- решать типичные задачи в области семейного бюджета.					
Владеть: основами экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности;методами сбора и анализа экономической информации	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.3 Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности					
Знать: финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: использовать финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
риски					
Владеть: методами рационального подхода к управлению личным и семейным бюджетом, на базе которого человек организует эффективное расходование своих средств;-навыками поддержания здорового баланса доходов и расходов в личном и семейном бюджете;навыками успешного использования инструментов инвестирования и сбережения, и избежание бессмысленных трат и финансовых потерь.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов (с презентацией)

1. Общие правила коммуникационной политики фирмы.

2. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе.

3. Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции.

4.Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы

5. Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг.

6. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России.

7. Бизнес-PR в инновационном обществе

8. Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях.

9.Задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития рынка товаров народного потребления.

10. Выявление товаров (товарных групп), наиболее нуждающихся в рекламе.

11. Бизнес и СМИ: эффективные контакты.

12. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг.

13. Концепция рекламных обращений.

14. Осуществление рекламной кампании.

15. Контроль эффективности рекламной кампании.

Тестовые задания:

1. Разработку бренда следует начинать с:

а) разработки логотипа и девиза
б) разработки системы ценностей
в) создания товара

2. Ваша компания имеет сильный брэнд, вы сможете:

а) устанавливать более высокую цену
б) в большей степени контролировать каналы дистрибуции
в) не зависеть от факторов внешней среды
г) снизить затраты на привлечение новых покупателей

3. Понятию брэнд, наиболее соответствуют утверждения:

а) графическое обозначение названия товара/компании
б) популярный товарный знак, который обрел известность благодаря удачным маркетинговым процедурам
в) сложившаяся сумма всех впечатлений, получаемая потребителем и пользователем в результате отчетливого места, занимаемого в их уме
г) это известная личность
д) широко рекламируемая торговая марка

4. В развитых странах наиболее важным способом продвижения считается:

а) стимулирование сбыта
б) реклама в печатных изданиях
в) телевизионная реклама
г) прямой маркетинг

5. Прямая реклама не использует следующие формы:

а) рекламные ТВ-ролики
б) письма и открытки
в) каталоги, проспекты
г) календари

6. За формирование общественного мнения отвечает:

а) мерчендайзинг
б) корпоративная культура
в) реклама
г) директ-маркетинг
д) паблик релейшенз

7. В настоящее время на потребительских рынках имеется тенденция к:

а) доля затрат на маркетинг в общей стоимости товара не меняется
б) снижению доли затрат на маркетинг в общей стоимости товара
в) увеличению доли затрат на маркетинг в общей стоимости товара

8. Банк ставит целью увеличить восприятие потребителями себя как надежного банка.
Каким видом рекламы он должен воспользоваться:

а) рекламу прямого отклика
б) рекламу услуги
в) институциональную рекламу
г) связи с общественностью

9. Оцените, является ли целесообразным выделение маркетингового бюджета в размере
80000$ при следующих условиях. Объем продаж в настоящее время составляет 100

000
единиц продукции при стоимости одной единицы в 100$. При этом, прямая себестоимость
единицы продукции составляет 30$, вмененные постоянные издержки составляют 500 000$.
В случае выделения дополнительного бюджета, планируется что объем продаж вырастет на
30%. Имеет ли смысл выделять бюджет?
а) да, выделение дополнительного бюджета оправдает себя

б) недостаточно информации
в) нет, выделение дополнительного бюджета не оправдает себя
г) сложно считать/не помню формул

10. Реклама – это...
а) это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации
б) египетский папирус, где сообщается о продаже раба
в) двигатель торговли
г) особое направление деятельности для промышленности, торговли, сельского хозяйства, специалистов и предпринимателей в различных отраслях - обычно размещается в специализированных публикациях или профессиональных журналах либо направляется по почте непосредственно организациям, которые занимаются производством, оптовыми закупками, реализацией больших объемов продукции

11. По целевой аудитории, реклама классифицируется следующим образом:
а) потребительская и деловая реклама
б) товарная, нетоварная реклама и корпоративная
в) зарубежная, общенациональная, региональная, местная
г) статическую и динамическую (анимационную)

12. По функциям и целям, реклама классифицируется следующим образом:
а) потребительская и деловая реклама
б) товарная, нетоварная реклама и корпоративная
в) зарубежная, общенациональная, региональная, местная
г) статическую и динамическую (анимационную)

13. По охватываемой области распространения, реклама классифицируется следующим
образом:
а) потребительская и деловая реклама
б) товарная, нетоварная реклама и корпоративная
в) зарубежная, общенациональная, региональная, местная
г) статическую и динамическую (анимационную)

14. Девиз – это...
а) характерно оформленное наименование продукта или его изготовителя
б) краткая, легко запоминающаяся фраза, "боевой клич" фирмы
в) это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации
г) зрительный образ торговой марки, один из основных элементов фирменного стиля

15. Цель девиза фирмы ...
а) это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации
б) зрительный образ торговой марки, один из основных элементов фирменного стиля

в) единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах
г) обеспечить последовательное проведение рекламных кампаний и коротко изложить ключевую тему или идею, ассоциирующуюся с товаром или названием фирмы

16. Составляющие зрительного образа фирмы:
а) графические символы (логотип, товарный знак)
б) набор шрифтов

в) фирменный цвет
г) товарный знак и девиз

17. Угол наилучшего зрения, при котором ясно виден предмет, равен ...

а) 9°
б) 18°
в) 23°
г) 34°

18. ... обычно имеет формат небольшой книжечки, содержит перечень товаров и услуг данной фирмы.

а) буклет
б) каталог
в) пресс-релиз
г) проспект

19. ... представляет чистую рекламу конкретного товара или услуги.

а) коммерческое предложение
б) рекламный лист
в) информационный лист
г) прайс-лист

20. Биллборд – это...

а) реклама на щите
б) быстрая и последовательная смена трех щитовых изображений
в) реклама на транспорте
г) реклама на дорожных указателях и табличках с номерами домов
д) реклама на мостах, путепроводах и над проезжей

Вопросы к экзамену

1. Понятия «бизнес», «маркетинг», «предпринимательство».

2. Особенности PR-деятельности в сфере предпринимательства.

3. PR и маркетинг: их общие черты и различия.

4. Направления PR в бизнесе (на потребителей, инвенсторов, партнеров, органы госрегулирования);

5. Цели бизнес-PR (осуществление внутренней политики; воспитание гордости за свою фирму, производимую продукцию, предоставляемую услугу; осуществление внешней политики – создание коммуникации с властными структурами, клиентами, продавцами, потребителями; создание имиджа – работа с мнением самых широких кругов общественности);

6. Роль PR в бизнесе, особенности, функции.

7. Роль корпоративного имиджа организации.

8. Общие правила коммуникационной политики фирмы.

9. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе.

10. Основные задачи организации при установлении и поддержании связей с общественностью.

11. Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции.

12. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы

13. Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг.

14. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России.

15. Бизнес-PR в инновационном обществе

16. Место и роль рекламы в бизнесе

17. Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях.

18. Задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития рынка товаров народного потребления.

19. Роль рекламы в условиях рынка.

20. Выявление товаров (товарных групп), наиболее нуждающихся в рекламе.

21. Бизнес и СМИ: эффективные контакты.

22. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг.

23. Основные задачи предприятия.

24. Выбор целей рекламных обращений.

25. Выбор целевой аудитории.

26. Выбор направления и тем рекламы.

27. Предварительный план рекламной кампании.

28. Рекламные агентства и их функции.

29. Концепция рекламных обращений.

30. Осуществление рекламной кампании.

31. Контроль эффективности рекламной кампании.

32. Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса

33. PR в гостиничном бизнесе.

34. PR в туризме.

35. PR в ресторанном бизнесе.

36. PR в Fashion-бизнесе

37. Связи с общественностью и реклама в инвестиционно-финансовой деятельности фирмы.

38. Содержание понятия «инвестор-рилейшнз».

39. Взаимодействие с потенциальными инвесторами и специфика оформления финансового отчета

40. Связи с общественностью и реклама в коммерческих банках и фирмах.

41. PR на рынке недвижимости.

42. Организация связей с общественностью в мире финансов.

43. Связи с общественностью и реклама в коммерческих банках

44. Деятельность связей с общественностью и рекламы в коммерческой фирме.

45. Продвижение банков в социальных сетях и социальных сетей банков

46. Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме.

47. Связи с персоналом. Связи с клиентами. Связи с обществом в целом. Связи с поставщиками. Связи с прессой.

48. Целевые семинары по вопросам бизнеса.

49. Паблисити. Ловушки Паблисити. Плюсы, даваемые паблисити.

50. Инструменты PR для малого бизнеса.

51. Общие принципы рекламы для малого бизнеса.

52. Инструменты «бесплатного PR» бизнес-организации.

53. Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах.

54. PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем.

55. Роль PR в укреплении социального партнерства.

56. Планирование, проведение и бюджет PR-кампании.

57. Информационно-аналитическое обеспечение.

58. PR-деятельности бизнес-организации.

59. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.

60. Особенности внутрикорпоративного PR.

61. Имидж фирмы. Корпоративный дизайн и фирменный стиль.

62. Сегментация потребителей и выбор целевого рынка.

63. Спонсорство, меценатство, благотворительность.

64. Корпоративная и коммерческая реклама.

65. Паблисити и мерчандайзинг.

66. Бизнес-тренинги как способ управления имиджем компании.

67. Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности.

68. Глобализация и международный PR.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений

и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;



− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса. Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать 25—30 билетов. Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем магистрантам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Магистрант не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» - студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Галинская Наталья Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.08 Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время			
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
3	3		Экология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3	4		Основы бережливого производства

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии					
Знать: организацию системы сбыта и товародвижения; планирование оптовых и розничных продаж, маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка; позиционирования продуктов и компаний; оценку конкурентоспособности продуктов и конкурентов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии специализированные программные ресурсы; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
необходимой информации; согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;					
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессионально	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
й деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.					
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения- соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера- навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время					
Знать: основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: определять круг задач в рамках профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать:	Фрагментарные	Неполные знания	Сформированные,	Сформированные	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	знания		но содержащие отдельные пробелы знания	систематические знания	
Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задания для контрольной работы

Тема: «Общая характеристика русского языка и культура речи. Нормы литературного языка

Задание 1. Дайте определение понятия «общение».

Задание 2. Перечислите основные стороны (аспекты) культуры речи и укажите, какая из них вызывает у вас наибольшие затруднения.

Задание 3. Приведите конкретный пример (ситуацию), когда целью общения является приобщение его инициатора к ценностям партнера.



Задание 4. Дайте определение делового общения и напишите, в чем его главное отличие от других видов общения.

Задание 5. Объясните, как вы понимаете регламентированность делового общения.

Используя материал учебной литературы, выполните следующие задания:

Задание 1. Определите и охарактеризуйте виды общения в речевых ситуациях.

Ситуации:

А) Разговор с другом по телефону

Б) Беседа друзей

В) Письмо маме

Г) Выступление начальника на совещании

Д) Лекция

Е) Встреча с директором школы на родительском собрании

Ж) Новогодняя речь президента

З) Чтение книги

И) Тост на свадьбе

К) Речь на митинге

Задание 2. Заполните таблицу. Сопоставьте понятия «язык» и «речь». Укажите их основные различия.

№ язык \ речь

1

2

3

4

5

6

Задание 3. Сравните особенности устной и письменной речи по следующим параметрам.

Параметры Устная речь Письменная речь

Способ существования. Функционирование преимущественно в сфере…

Характерные черты:

- заданность

- регламентированность

- присутствие-отсутствие адресата в момент речи

- способ общения

- степень развернутости

- степень подготовленности

- возможность самоконтроля

- степень нормированности

Задание 4. Заполните таблицу. Кратко прокомментируйте качественные признаки речевой культуры.

Признаки (комментарий)

1. Содержательность

2. Правильность

3. Точность

4. Логичность

5. Лаконичность

6. Выразительность

7. Уместность

Задание 5. Подготовьте проблематику для различных видов совещаний по общей целевой направленности. Каковы этические нормы выбора времени и места совещания?

Задание 6. Назовите и охарактеризуйте основные правила общения по телефону.

Задание 7. Назовите наиболее типичные ошибки руководителя в отношениях с подчиненными.

Задание 8. Расскажите, какова роль руководителя в становлении коллектива.

Задание 9. Проанализируйте основные методы решения конфликтов в коллективе.

Задание 10. Сформулируйте общие требования к публичному выступлению.

Задание 11. Замените эмоционально окрашенные фразы на нейтральные и корректные:

А) Вечно вы спорите!

Б) Его предложение – это полная ерунда!

В) Вы меня просто убили этой информацией!

Г) Вечно вы мямлите, говорите громче!

Д) А вашего мнения никто не спрашивал!

Е) Опять Ивана Сергеевича занесло неизвестно куда!

Задание 12. Приведите три аргумента (рациональные и психологические) и убедите:

А) молодую женщину заниматься спортом;

Б) пожилую женщину заниматься спортом;

В) подростка бросить курить;

Г) студентов принять участие в уборке территории вокруг университета;

Д) коллегу объяснить начальнику, почему вы с ним не выполнили отчет;

Е) пожилого человека сделать вакцинацию против гриппа.

Задание 13. Замените канцеляризмы нейтральными лексическими эквивалентами:

приобрести автомобиль, выйти из строя, проживать на одной жилплощади, в данный момент, конфликтовать, устранить неисправность, принять меры, провести мероприятия по озеленению огорода.

Задание14. Напишите заявления:

А) в Российскую государственную библиотеку с просьбой выслать фотокопию определенной книги, которая нужна вам для написания дипломной работы;

Б) директору туристической фирмы «НЕВА» г-ну К.М. Симонову с просьбой принять вас на работу в качестве менеджера.

Задание 15. Напишите объяснительную записку, необходимую в следующих ситуациях:

- вы опоздали на экзамен;

- вы не явились на работу;

- вы не выполнили распоряжение руководства.

Тесты

1. Под культурой делового общения следует понимать:

А) Высокую коммуникативную культуру, то есть искусство говорить (в том числе публично) и слушать.

В) Умение объективно воспринимать и правильно понимать партнера.

C) Умение строить отношения с любым партнером, добиваться эффективного взаимодействия на основе обоюдных интересов.

D) Высокий уровень умения общаться в деловом мире.

2. Существуют различные подходы к классификации общения (ОПРЕДЕЛИТЕ ЛИШНИЙ).

A) По наличию или отсутствию зрительного контакта между партнерами общение может быть непосредственным (переговоры, беседы, совещания, презентации...) опосредованным (деловая переписка, телефонный разговор, факс, телефакс, телекс, Интернет).

B) С точки зрения формы существования языка – устным и письменным.

C) В зависимости от переменной и постоянной позиции: я – говорящего и ты – слушающего – диалогическим и монологическим.

D) По теме, вынесенной на обсуждение.

3. Вербальный канал общения НЕ включает в себя:

A) Речевой (процесс «говорения»).

B) Неречевые выразительные средства голоса/

C) Смех, плач, шепот, выразительное покашливание, тон, тембр голоса, темп речи, интонация и т.д.).

D) Позы, взгляды, жесты, дистанции и зоны общения.

4. Теоретические основы ораторского искусства мы НЕ находим:

A) В логике.

B) Психологии.

C) Лингвистике.

D) Логистике.

5 Пожатие прямой, несогнутой рукой:

A) Выражает искренность или глубину чувств по отношению к партнеру.

B) Является признаком уважения.

C) Выражает намерение держать партнера по общению на удобном для себя расстоянии.

D) Означает, что его инициатор честен и ему можно доверять.

6. Жесты открытости это:

A) Собеседник машинально потирает лоб, виски, подбородок.

B) Жест «раскрытые руки».

C) Руки, скрещенные на груди.

D) Жест «пощипывание переносицы».

7. Для создания благоприятного психологического климата НЕ следует:

A) Сокращать физическую и социальную дистанцию.

B) Постоянно показывать ваше желание понять позицию собеседника.

C) Стараться выявлять положительные качества вашего собеседника, предполагать только его хорошие намерения и выражать свою заинтересованность в перспективах ваших взаимоотношений.

D) Выражать собственные чувства, учитывать свои интересы и интересы своей фирмы.

8. Строуксы НЕ подразделяются на:

A) Физические, психологические и материальные.

B) Деловые и социальные.

C) Положительные отрицательные и нулевые.

D) Обусловленные и необусловленные (спонтанные).

9. «Закрытые вопросы»:



A) Служат для более глубокого рассмотрения проблем.

B) Это вопросы, на которые можно ответить «да» или «нет».

C) Это вопросы, на которые нельзя ответить «да» или «нет» и которые требуют какого-либо объяснения.

D) Вынуждают собеседника размышлять, тщательнее обдумывать и комментировать то, что было сказано.

10. Какое из данных высказываний НЕверно:

A) Невысказанные замечания – это такие замечания, которые собеседник не успевает, не хочет или не смеет высказать, поэтому вы должны сами их выявить и нейтрализовать.

B) Предубеждения относятся к причинам, вызывающим неприятные замечания, особенно в том случае, если точка зрения собеседника полностью ошибочна. Тогда никакие контрдоказатедьства не помогут, так как его позиция имеет под собой эмоциональную почву и, следовательно, логические аргументы здесь бесполезны.

C) Ироничные (ехидные) замечания являются следствием плохого настроения собеседника, а иногда и его желания проверить вашу выдержку и терпение.

D) Стремление к получению информации – это замечания, которые собеседник высказывает для того, чтобы развеять свои сомнения, т.е. замечания, на которые он вполне искренне, без всяких уловок, хочет получить ответ, чтобы выработать собственное мнение.

11. Визитная карточка НЕ может быть использована:

A) Для заочного представления ее владельца.

B) Для поздравления с тем или иным событием.

C) Для приглашения на деловой прием.

D) Для выражения соболезнования.

12. В международной практике установились краткие символы, выражающие то или иное отношение владельца визитной карточки к лицу, которому она посылается. Эти символы пишутся:

A) В левом нижнем углу визитной карточки.



B) В правом нижнем углу визитной карточки.

C) В левом верхнем углу визитной карточки.

D) С обратной стороны карточки.

13. Краткие символы, выражающие то или иное отношение владельца визитной карточки к лицу, которому она посылается означают (найдите верное):

A) p.r. – поздравляю,

B) p.f. – с благодарностью,

C) p.c. – примите соболезнование,

D) pp. – в честь прекрасного знакомства.

14. Если визитная карточка завозится адресату лично ее владельцем (без нанесения визита), то:

A) Она загибается с правой стороны по всей ширине карточки.

B) Считается хорошим тоном, если загнутую карточку доставляет курьер или шофер.

C) Получив визитную карточку, следует в течение 36 часов дать ответ, для чего нужно направить приславшему карточку свою визитную карточку.

D) Она загибается с левой стороны по всей ширине карточки.

15. Дама никогда не оставляет свою визитную карточку в доме холостяка. Исключение составляют:

A) Представительницы древней профессии.

B) Коллеги по бизнесу.

C) Деловые партнеры.

D) Иностранный деловые партнеры.

16. Если на карточке указываются фамилия, имя, отчество, должность и название организации, но отсутствуют адрес и телефон:

A) Обычно такая карточка используется при состоявшемся знакомстве.

B) Обычно такая карточка используется для неофициальных целей, например для вручения дамам.

C) Она используется для специальных и представительских целей.

D) Она используется для поздравления от имени фирмы.

17. Функции деловой беседы:

A) Взаимное уточнение интересов, точек зрения, концепций и позиций участников.

B) Согласование позиций и выработка договоренностей.

C) Взаимное общение работников из одной деловой среды.

D) Выдвижение аргументов в поддержку своих взглядов и предложений, их обоснование.

18. Переговоры длятся:

A) 1,5–2 часа.

B) 2 – 2,5 часа.

C) 0,5 – 1 час.

D) 2 – 3 часа.

19. Встречать прибывших иностранных гостей у входа в ваше здание должен:

A) Весь коллектив.

B) Не руководитель фирмы, а кто-то из сотрудников, который должен проводить гостей в офис, предложить снять пальто, удобно расположиться.

C) Руководитель фирмы со своими заместителями.

D) Руководители отделов (подразделений) фирмы.



20. Телефонограмма, как правило, содержит информацию, по объему не превышающую:

A) 50 слов.

B) 60 слов.

C) 30 слов.

D) 70 слов.

2. Тестовое задание для контроля остаточных знаний

Назовите стиль, для которого характерны слова с общественно-политическим значением:

а) публицистический стиль;

б) научный стиль;

в) официально-деловой.

2. Укажите основные характеристики публицистического стиля:

а) минимум требований к форме выражения мыслей;

б) социальная оценочность, массовость, демократичность, доступность;

в) предельная точность, не допускающая разночтений.

3. Как называется речевая система, специально приспособленная для оптимального общения людей в определенной сфере деятельности?

а) функциональный стиль языка;

б) жаргон;

в) просторечие.

4. Жанрами какого стиля являются *приказ, постановление, заявление*?

а) научного стиля;

б) официально-делового стиля;

в) разговорно-обиходного стиля.

5. Какой из приведенных примеров является жанром научного стиля?

а) монография;

б) справка;

в) репортаж.

6. Для текстов научного стиляне характерно(-а) …

а) научная фразеология;

б) логическая последовательность изложения;

в) широкое использование лексики и фразеологии других стилей.

7. Какие свойства отличают официально-деловую письменную речь?

а) наличие обязательных элементов оформления документа (реквизитов);

б) использование эмоционально-экспрессивной лексики;

в) широкое употребление фразеологических оборотов.

8. Составителям деловых бумаг не рекомендуется:

а) навязывать адресату ожидаемый исход освещаемого в письме вопроса;

б) проявлять уважительное отношение к адресату;

в) намекать получателю на его мнимую невнимательность.

9. Какие языковые формулы выражают отказ от предложения?

а) ставим Вас в известность о том, что …;

б) к сожалению, удовлетворить Вашу просьбу не представляется возможным из-за;

в) контроль за исполнением возложить на ....

10. Какие языковые формулы выражают причины создания документа?

а) сообщаем Вам, что ...;

б) прошу Вас направить в мой адрес ...;

в) в связи с завершением работы ....

11. Какие требования предъявляются к языку и стилю документов?

а) однозначность используемых слов и терминов;

б) соблюдение лексических, грамматических, стилистических норм;

в) использование эмоционально-экспрессивной лексики.

12. К особенностям русской официально-деловой письменной речи относятся:

а) слабая индивидуализация стиля;

б) проявление любезности и сердечности;

в) эмоциональный характер изложения.

13. Какие языковые формулы выражают распоряжение, приказ?

а) поздравляем Вас ...;

б) изыскать дополнительные возможности для ...;

в) в целях обмена опытом направляем в Ваш адрес ....

14. Укажите грамматическое значение рода выделенного

существительного в предложении:

*Австралийские **кенгуру** - это сумчатые млекопитающие с удлинёнными задними ногами.*

а) общий;

б) мужской;

в) женский.

15. Как называется речь социальных и профессиональных групп людей, объединенных общностью занятий, интересов, социального положения и т.п.?

а) жаргон;

б) литературный язык;

в) территориальный диалект.

16. Выберите правильные варианты произношения слов:

а) [д']еканат;

б) [тэ]н[дэ]нция;

в) ака[дэ]мия.

17. Укажите пример с ошибкой в образовании формы слова.

а) скучаю по вам;

б) сорок граммов;

в) ляг на кровать.

18. Отметьте неправильные толкования слов:

а) афера - недобросовестное, мошенническое предприятие, дело;

б) беспрецедентный - беспринципный;

в) суверенитет - полная независимость.

19. Какие средства общения относятся к невербальным?

а) словесная речь;

б) жестикулярно-мимическая речь;

в) словесная и жестикулярно-мимическая.

20. В каком ряду во всех словах ударение падает на второй слог?

а) звонит, шепотка, юродивый;

б) торты, цыган, осведомить;

в) табу, искра, форзац.

21. Главными критериями какого понятия являются *правильность* и *коммуникативная целесообразность*?

а) культура речи;

б) языковая норма;

в) речевой этикет.

22. Что является основным средством коммуникации между людьми одной национальности?

а) сленг;

б) литературный язык;

в) территориальный диалект.

23. Как называется краткое, обобщенное описание (характеристика) текста книги, статьи?

а) аннотация;

б) рецензия;

в) отзыв.

24. Как называется расшифровка графических знаков и понимание их значений?

а) письмо;

б) слушание;

в) чтение.

25. Обработанность и нормированность являются двумя главными свойствами:

а) просторечия;

б) литературного языка;

в) жаргонов.

26. Как называется наука, изучающая устойчивые обороты речи, их типы, особенности функционирования в речи?

а) этимология;

б) лексикология;

в) фразеология.

27. Правила использования речевых средств в определенный период развития литературного языка – это:

а) стилистика;

б) языковая норма;

в) функциональный стиль языка.

28. Укажите верный вариант записи: (в скобках даны фамилии вИм.п.)
Написано письмо…

а) Татьяне Скворцу (Скворец);

б) Владимиру Мицкевичу (Мицкевич);

в) Анатолию Прокопенке (Прокопенко).

29. В ораторской речи не желательно:

а) использование риторических восклицаний, риторических вопросов;

б) использование поговорок, пословиц;

в) неоправданное использование терминов.

30. Как называется речь неграмотных или недостаточно грамотных слоев городского населения?

а) территориальный диалект;

б) просторечие;

в) жаргон.

31. Какие методы изложения материала используются в ораторской речи?

а) метод аналогии;

б) анкетный метод;

в) индуктивный метод.

32. В главной части ораторского выступления:

а) излагается основной материал;

б) разъясняются выдвинутые положения, доказывается их правильность;

в) содержится призыв к конкретным действиям.

33. Основой культуры речи является...

а) общенародный язык;

б) социальный диалект;

в) литературный язык.

34. Во вступлении оратор должен:

а) подчеркнуть актуальность темы;

б) сделать обобщения и выводы;

в) доказать выдвинутое положение.

35. Укажите, какой вариант точно передает значение выделенного слова в предложении «В статье были приведены убедительные аргументы»:

а) доводы;

б) примеры;

в) цифры.

36. Как называются яркие, запоминающиеся слова, меткие определения, образные выражения, вошедшие в нашу жизнь из литературных источников или исторических документов?

а) пословицы;

б) крылатые слова;

в) поговорки.

37. Недостатком в композиции публичного выступления считается:

а) шаблонное, трафаретное изложение материала;

б) обилие затронутых вопросов и проблем;

в) логическая последовательность в подаче материала.

38. Какой из данных примеров относится к словам засоряющим речь говорящего, затрудняющим ее восприятие, отвлекающим внимание?



а) термины;

б) вульгаризмы;

в) устаревшие слова.

39. Укажите синоним к фразеологизму *отдать богу душу*.

а) выжить из ума;

б) уйти из жизни;

в) положа руку на сердце.

40. Укажите понятие, которому соответствует определение:
Оповещение потребителей, зрителей и т. п. различными способами для создания широкой известности кому-нибудь, чему-нибудь с целью привлечения внимания – это...

а) объявление;

б) реклама;

в) заявление.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к контрольной работе

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т.д.

При оценке контрольной работы преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной работы;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствие с требованиями;

- автор защитил контрольную работу и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.



Требования к выполнению тестового задания

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма – наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил;

- открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»);

- установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Цель тестовых заданий – заблаговременное ознакомление магистров факультета аграрных технологий с теорией изучаемой темы по курсу и ее закрепление.

Тесты сгруппированы по темам. Количество тестовых вопросов в разделе различно, что обусловлено объемом изучаемого материала и ее трудоемкостью.

Формулировки вопросов построены по следующим основным принципам:

Выбрать верные варианты ответа.

В пункте приведены конкретные вопросы и варианты ответов. Студенту предлагается выбрать номер правильного ответа из предлагаемых вариантов. При этом следует учесть важное требование: в ответах к заданию обязательно должен быть верный ответ и он должен быть только один.

Студент должен выбрать верный ответ на поставленный вопрос и сверить его с



правильным ответом, который дается в конце.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.



Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Критериоценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов:

- знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности;

- масштабность, глубина и оригинальность суждений;

- аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений;

- умение вести дискуссию;

- умение отстаивать свое мнение;

- активность в обсуждении;

- общая культура и эрудиция.

Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недостаточный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном, присутствует на отдельных этапах; 3 – критерий отражен полностью.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:



Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой илибез подготовки, поусмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются назаседании кафедры иподписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опросаили собеседования тем студентам, которые активно участвовали всеминарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Отметка **«зачтено»** ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Отметка **«незачтено»** ставится обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 12.09.2023	Чич Роза Шамсудиновна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 13.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 13.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.09 Современная пресс-служба*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
5	5		Организация продвижения продукции
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии					
Знать: организацию системы сбыта и товародвижения; планирование оптовых и розничных продаж, маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка; позиционирования продуктов и компаний; оценку конкурентоспособности продуктов и конкурентов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии специализированные программные ресурсы; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании ком	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
муникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;					
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем комму никационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем комму никационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.					
Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах нагосударственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.					
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: вести поиск необходимой деловой информации для решения	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм;					
Владеть: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.					
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.					
Знать: этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: осуществлять коммуникацию	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;			ошибки		
Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерная тематика докладов

1. **История создания и становления российских пресс-служб, их общая характеристика**.

2. **Тексты, подготавливаемые пресс-службой**.

3. **Психологический аспект деятельности пресс-служб**.

4. **Социология коммуникативных процессов в деятельности пресс-служб.**

5**Пресс-служба руководителей субъектов РФ, муниципальных органов самоуправления, судов**.

6. **Пресс-служба президента РФ.**

7. Особенности работы пресс-службы финансовых структур.

8. Пресс-служба региональной власти в субъекте РФ.

9. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ.

10. Информационная политика органов государственной власти и управления.

Примерные тестовые задания

1. Что не входит в обязанности современной пресс-службы?

А. Подготовка пресс-релизов, репортажей, статей, теле- радиосценариев, речей.

Б. Контакты со СМИ

В. Выпуск брошюр, буклетов.

Г. Организация выставок, дней открытых дверей, празднований годовщин.

2. Что не входит в число основных задач пресс-службы?

А. Промоушен.

Б. Обеспечение полноты и оперативности информации об организации.

В. Информирование о продукции организации.

Г. Создание оптимальных условий работы для аккредитованных журналистов.

3. Что не является необходимым для нормальной работы пресс-службы?

А. Адекватное материально-техническое обеспечение.

Б. Контакты с представителями политических партий.

В. Наличие информационной базы и доступа к информации.

Г. Контакт с руководством.

4. Чем пресс-центры отличаются от пресс-служб?

А. Уровнем функционирования.

Б. Внутренней структурой.

В. Сроком действия.

Г. Меньшим масштабом деятельности.

5. Что не входит в число задач ответственного за связь с прессой?

А. Предоставление журналистам материалов для печати.

Б. Ответы на запросы прессы.

В. Отслеживание рейтинга СМИ.

Г. Мониторинг СМИ.

6. Какая группа не входит в постоянный состав пресс-службы?

А. Литературная.

Б. Группа аккредитации.

В. Аналитическая

Г. Творческая.

7. Что является особой задачей пресс-секретаря?

А. Встречи с журналистами.

Б. Спичрайтинг.

В. Обратная связь со СМИ.

Г. Консультирование руководства по вопросам, связанным со СМИ.

8. Что не входит в число необходимых задач пресс-секретаря?

А. Выступление в качестве надежного источника информации.

Б. Участие в разработке, обсуждении и реализации PR-программ.

В. Создание информационных поводов.

Г. Отслеживание цен на рынке прессы.

9. Что воспрещается кодексом РАСО в отношении связей со СМИ?

А. Контроль за распространением информации в прессе.

Б. Действия, наносящие ущерб репутации СМИ.

В. Бесплатная публикация новостной информации.

Г. Ограничение конфиденциальности информации.

10. Какой вид устных контактов с прессой является наиболее предпочтительным?

А. Телефонный разговор.

Б. Личная неофициальная встреча.

В. Интервью.

Г. Встреча на постороннем мероприятии.

11. Байлайнер – это:

А. Именная статья, подписанная должностным лицом фирмы, но написанная специалистом по PR.

Б. Биография руководителя фирмы.

В. Тематическое досье по какой-либо проблеме.

Г. Заявление пресс-секретаря для СМИ.

12. С какой целью составляется информационное письмо?

А. С целью информировать о мероприятии.

Б. С целью приглашения на пресс-конференцию.

В. С целью предложения интервью.

Г. С целью предоставить возможность неофициального участия в пресс-конференции организаций, не имеющих самостоятельного журналистского пула.

13. Коммюнике – это:

А. Сообщение о начале продажи продукта или услуги.

Б. Официальное сообщение правительства для СМИ о международных делах.

В. Изложение главных событий в организации, собирающей пресс-конференцию.

Г. Имиджевая статья.

14. Комментарий – это:

А. Рассуждение по поводу обнародованного ранее факта.

Б. Сообщение о новом событии.

В. Оперативный отклики или точка зрения на событие.

Г. Сообщение о новом назначении.

15. В состав информационного пакета для пресс-конференции не включается

А. Пресс-релиз.

Б. Пресс-дайджест.

В. Комментарии экспертов.

Г. Особые мнения участников.

16. По каким информационным поводам не пишутся специальные пресс-релизы?

А. Торжественные события в жизни фирмы или её сотрудников.

Б. Внеплановые мероприятия, являющиеся реакцией на кризис.

В. Учреждение фирмы или её филиала.

Г. Заключение крупных бизнес-соглашений.

17. Кто является ведущим пресс-конференции?

А. Ньюсмейкер.

Б. Спикер В.

Глава организации.

Г. Модератор.

18. На каком этапе развития пресс-служб государственных учреждений окончательно сформировался их современный облик?

А. 1985-1991 гг.

Б. С 2000 г. по настоящее время.

В. 1991-96 гг.

Г. 1996-2000 гг.

19. Каков рекомендуемый состав пресс-службы в местных органах власти?

А. 1 человек.

Б. 10 человек.

В. 5 человек.

Г. 3 человека.

20. Основной принцип, который лежит в основе профессиональных действий пресс-службы во время кризиса.

А) «Скажи всё полностью и без промедлений»

Б) «Молчи, не ступай в контакт со СМИ»

В) «Мы должны срочно отбросить обвинения»

Г) «Имей свою версию. Расскажи все. Расскажи быстро»

	г
	а
	б
	г
	в

	а
	б
	г
	б
	в
	а
	г
	б
	в
	б
	в
	г
	б
	г
	а

Вопросы к зачету

1. Политические предпосылки и основные этапы создания пресс-служб в России.

2. Информационная политика организации.

3. Основные направления информационной политики организации.

4. Правовое, организационное, кадровое, финансовое обеспечение реализации информационной политики.

5. Информационные потоки в структуре пресс-службы коммерческой организации.

6. Роль пресс-служб в повышении открытости организации.

7. Цели и задачи пресс-службы.

8. Статус пресс-службы в коммерческой организации.

9. Координация работы отдела по связям с общественностью с другими структурами организации.

10. Пресс-служба администрации Президента РФ. Структура, функции и задачи.

11. Планирование и организация деятельности пресс-центра.

12. Функции пресс-служб.

13. Понятие информационного пространства.

14. СМИ как медиаполитическая система.

15. Информационная стратегия взаимодействия со СМИ.

16. Планирование и организация взаимодействия со СМИ.

17. Доминирующие и преобладающие темы информационного пространства.

18. Управление информацией: формирование собственного информационного потока.

19. Структура информационного процесса.

20. Свойства информационных сообщений.

21. Информационный резонанс.

22. Классификация форм доставки информационных сообщений.

23. Формы доставки информационных сообщений.

24. Мониторинг СМИ: текущий мониторинг и мониторинг будущего.

25. Метод количественного мониторинга.

26. Информационный аудит и составление медиапортрета организации.

27. Качественный и количественный аспекты контент-анализа.

28. Смысловые единицы контент-анализа. Классификация К. Криппендорфа. Единицы счета в контент-анализе. Классификация В. А. Ядова.

29. Анализ и обобщение информации. Пресс-клиппинг. Программа СМИ-рефератор.

30. Организация и проведение пресс-конференции.

31. Организация и проведение пресс-ланча.

32. Организация и проведение пресс-тура.

33. Организация и проведение пресс-клуба.

34. Оценка роли обратной связи, ее влияние на эффективность работы пресс-службы.

35. Формы подачи информационно-новостных сообщений.

36. Специфика деятельности пресс-секретаря в коммерческих структурах.

37. Пресс-секретарь: его функции и стиль деятельности.

38. Пресс-служба и процедура аккредитации.

39. Международные представления об аккредитации.

40. Роль пресс-службы в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.

41. Правовое регулирование взаимодействия российского бизнеса и прессы.

42. Законодательство РФ о доступе к информации.

43. Запрос информации в государственные организации и бизнес-структуры.

44. Ограничение доступа к информации. Правовые основы.

45. Информационные технологии в деятельности пресс-службы.

46. Союз журналистов России как институт саморегулирования этических профессиональных проблем в медийном поле.

47. Информационная работа в кризисных ситуациях.

48. Основные принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликтов и чрезвычайных ситуаций.

49. Искоренение негативных информационных поводов.

50. Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса.

51. Роль пресс-службы в управлении репутацией компании.

52. Создание положительного имиджа руководителя ведомства.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.



Критерии оценивания доклада:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Панина Елена Александровна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.10.01 Организация рекламных и PR-кампаний*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Антикризисный PR
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Внутрикорпоративный PR
7	8		Имиджелогия
7	8		Медиарилейшнз
6	7		Медиакарта региона
6	7		Брендинг территории
67	678		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	56		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Консалтинг в связях с

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации					
Знать: технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
конфликтных ситуаций					
Уметь: обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками создания эффективной ком муникационной инфраструктуры организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью					
Знать: способы применения теории, инструментов и	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;					
Уметь: Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
Знать: правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию комм уникационного продукта;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ					
Знать: основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии					
Знать: основы планирования и организации комм уникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности ко ммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: выполнять аналитические и организационные	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий			ошибки		
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы докладов:

1. Основные элементы PR-кампании как проекта.

2. Понятие «интегрированная кампания».

3. Потребительский инсайт. Типы инсайтов.

4. Этапы подготовки и проведения PR-кампании.

5. Принципы оперативного планирования PR-кампаний.

6. Базовые документы паблик рилейшнз. Виды PR-текстов.

7. Создание информационного повода в PR-кампании.

8. PR-инструментарий в ходе рекламных и PR-кампаний.

9. Бюджет рекламных и PR-кампаний. Смета затрат.

10. Социологические исследования для PR-кампаний.

11. Медиарилейшнз. Технологии работы со СМИ.

12. Рекламная кампания: сущность, этапы подготовки.

13. Каналы рекламной коммуникации: носители и площадки.

14. Креативный бриф на создание рекламы.

15. Медиапланирование и размещение рекламы.

16. Оценка эффективности кампаний с помощью EAV.

17. Антикризисные коммуникационные кампании.

Тестовые задания

1. Что выполняет постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими:
а) основная задача

б) процесс рынка

в) полная информация

2. Укажите количество этапов, согласно стратегии рекламы:
а) 5
б) 4
в) 6

3. Как называются виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке:

а) персональные продажи

б) имидж

в) стимулирование сбыта

4. Как называется достижение высокой общественной репутации фирмы:
а) паблик – рилейшнз
б) таргетинг
в) директ – маркетинг

5. Необходимо выбрать два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:

а) пропаганда и рекламный слоган

б) реклама и фирменный стиль

в) реклама и пропаганда

6. Необходимо выбрать лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:

а) престижная реклама

б) безличная реклама

в) прямая реклама

г) товарная реклама

7. Как называется малоформатное нефальцованное или односгибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

а) плакат

б) проспект

в) листовка

8. Как называется программа из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, процентируемых на одном или нескольких экранах:

а) слайд – фильм

б) кинофильм

в) видеофильм

9. Как называется информация, которая зачитывается диктором:

а) радиоролик

б) поздравление

в) радиообъявление

10. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров

а) почтовая реклама

б) наружная реклама

в) подарочные изделия

11. Как называется подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы:

а) стратегия рекламы

б) понимание

в) задача рекламы

12. Как называется распространение информации о существовании продукта:

а) понимание

б) знание

в) отношение

13. Как называется установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем:

а) директ – маркетинг

б) сейлз – промоушн

в) таргетинг

14. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя называется:

а) рынок

б) средство распространения рекламы

в) рекламное агентство

15. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним:

а) информативная реклама

б) престижная реклама

в) товарная реклама

16. Процесс создания рекламного продукта включает в себя именно такое количество действий:

а) 7

б) 6

в) 11

17. Выберите правильное определение: издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это:

а) проспект

б) плакат

в) буклет

18. Как называется тематическая радиопередача информационно–рекламного характера:

а) радиообъявление

б) радиожурнал

в) радиорепортаж

19. Рекламно – информационное письмо относится к:
а) почтовой рекламе
б) рекламным сувенирам
в) наружной рекламе

20. Что является основными носителями рекламы в Интернете:
а) компьютерная сеть
б) электронная почта, баннеры
в) вирусы

21. Самое влиятельное средство рекламы:
а) телевизионная реклама
б) интернет
в) реклама в газетах

22. Отметьте, кто в модели речевой коммуникации является адресантом:
а) источник сообщения
б) получатель сообщения
в) специфические обстоятельства, которые характеризуют данную коммуникацию
г) то, что передается адресату

23. Что не включает в себя набор инструментов маркетинговых коммуникаций?
а) выставки/ярмарки
б) спонсорство
в) маркетинговую информационную систему
г) рекламу

24. Основными адресантами маркетинговых коммуникаций не являются:
а) сотрудники данной фирмы
б) действительные и потенциальные потребители (целевой рынок)
в) коммуникационные шумы
г) поставщики

25. В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории не выделяют:

а) локальную рекламу

б) региональную рекламу

в) массовую рекламу

г) общенациональную рекламу

Задания для контрольной работы

Дайте письменные ответы на следующие вопросы:

1. Экономическая роль рекламы. Реклама и конкуренция.

2. Социальная функция рекламы и проблемы социальной ответственности рекламистов.

3. Эстетическая роль рекламы в современных условиях: плюсы и минусы (на примере конкретного региона).

4. Сущность и признаки добросовестной рекламы.

5. Основные причины общественной критики рекламы (на примерах актуальной рекламной продукции).

Репродуктивное задание:

Составьте презентацию объемом 20-25 слайдов с иллюстративными примерами, в которой раскройте следующие вопросы:

Цели и задачи рекламной коммуникации.

Принципиальная схема коммуникационного процесса.

Рекламодатель.

Рекламное агентство.

Изготовитель рекламного продукта.

Средства распространения рекламы.

Потребитель рекламного продукта.

Прямые и косвенные участники рекламного процесса.

Помехи в процессе рекламной коммуникации.

Принципы работы с заказчиком рекламной продукции (рекламодателем).



Работа рекламного отдела на предприятии.

Типы покупательского поведения.

Пассивный и активный покупатель.

Рациональный покупатель, обусловленный покупатель.

Творческие задания:

Задача 1. ЮНЕСКО (Организация Объединённых наций по вопросам образования, науки и культуры) разработан Международный кодекс рекламной практики. Ниже приводятся отдельные положения Кодекса:

– реклама не должна содержать заявлений или изображений, которые оскорбляют личность или общество;

– реклама не должна вводить в заблуждение относительно качественных показателей рекламируемого товара (его состава, способа изготовления, удобства использования, страны происхождения и места производства, цены и условий продажи, услуг, содержания и условий гарантий);

– реклама не должна без соответствующего разрешения ссылаться на личность, предприятие или учреждение;

– реклама не должна содержать таких заявлений относительно другого предприятия или его товаров, которые могут вызвать к ним презрение или насмешку;

– реклама, к каким бы средствам они ни прибегала, должна ясно отличаться от иных материалов того же рода;

– реклама не должна содержать изображений, в которых игнорируются общепринятые меры безопасности, чтобы не поощрять халатность;

– реклама не должна пользоваться легковерием людей и недостатком жизненного опыта молодёжи;

– реклама не должна злоупотреблять надеждами людей, страдающих болезнями;

– ответственность за соблюдение положений Кодекса лежит как на рекламодателе и рекламном исполнителе, которые создают и размещают рекламу, так и на издателе и владельце средств информации, распространяющих рекламу.

Задания:

1. Проанализируйте положения Кодекса и сформулируйте его основные принципы.

2. Сравнивая известные вам образцы российской рекламы, сделайте вывод о соответствии её положениям Кодекса.

3. Что такое, по-вашему, «антиреклама»? Приведите примеры такой «рекламы» за рубежом и в России.

4. Сформулируйте ваши требования к рекламе.

Задача 2. Десять рекламных заповедей.

1. Сформировать у потенциального потребителя образ товара, фирмы (его производителя или продавца), перейти от незнания о товаре или фирме к осведомлённости об их существовании.



2. Преодолеть барьер недоверия к предмету рекламы и сформировать у потребителя определённые знания о товаре (фирме).

3. Возбудить у потребителя положительные эмоции и определённое благожелательное отношение к товару (фирме).

4. Превратить благорасположение в предпочтение товара (фирмы).

5. Создать условия для перехода от предпочтения к вступлению в контакт с рекламодателем, к покупке, а затем и к повторной покупке.

6. Стремиться сделать многих потребителей своими постоянными покупателями (клиентами).

7. Стимулировать сбыт товаров (услуг), ускорение товарооборота, поиск выгодных партнёров.

8. Сформировать у других фирм мнение, что они могут иметь в вашем лице надёжного компаньона.

9. Оказывать потребителю помощь в выборе товаров и услуг, а также выполнять 16 социальные функции (некоммерческая реклама).

10. Постоянно помнить, что ваши затраты на рекламу должны себя окупать через увеличение сбыта, прибыли, рост имиджа и т. д.

Задания:

1. Прокомментируйте каждый пункт рекламной заповеди.

2. Дайте оценку каждому пункту: ваше согласие или несогласие.

3. Попробуйте добавить свои пункты в рекламные заповеди.

Напишите эссе на тему: Кросс-культурный аспект рекламной коммуникации. Объем – 2-3 страницы.

Вопросы к зачету

1. Понятийный аппарат дисциплины.

2. Специфика организации и проведения рекламной кампании.

3. Цели рекламной кампании.

4. Формирование у потребителя определенного уровня знаний о донном товаре, услуге, которая рекламируется.

5. Формирование у потребителя определенного (позитивного) образа фирмы. Формирование потребности в данном товаре, услуге.

6. Побуждение потребителя к приобретению именно данного товара у данной фирмы.

7. Стремление «привязать» потребителя к товару, услуге, производимой данной фирмой, корпорацией.

8. Планирование рекламных кампаний.

9. Составление плана рекламной кампании, включающей: общие сведения о заказчике,

его продукции, партнерах и причинах, затрудняющих сбыт продукции.

10. Разработка стратегических целей рекламной кампании.

11. Определение сроков проведения, целевой аудитории.

12. Составление бюджета рекламной кампании.

13. Составление и утверждение плана рекламных мероприятий.

14. Основные этапы проведения рекламных кампаний.

15. Создание товарного знака (логотипа), как основы фирменного стиля.

16. Директ-мейл письма, составленного и направленного точно по адресам потенциальных потребителей.

17. Организация некоммерческих обращений с рассказом о достижениях кампании.

18. Составление пресс-релиза.

19. Создание печатной рекламы.

20. Реклама в прессе, раскрывающая преимущества рекламируемого товара.

21. Телереклама, позволяющая обращаться к достаточно широкой аудитории.

22. Радиореклама, содержащая минимум слов, исключающая возможную неоднозначность.

23. Выставки, включающие рекламные акции.

24. Наружная реклама.

25. Спонсорская поддержка особо значимых проектов.

26. Исследование развития рекламных концепций.

27. Исследование рекламных концепций.

28. Цель тестирования рекламы в реальных условиях.

29. Процесс управления тестированием.

30. Измерение процесса обработки информации.

31. Измерение эффектов коммуникации.

32. Тестирование мероприятий стимулирования сбыта.

33. Эффективность технологий проведения рекламных кампаний.

34. Контроль за рекламной кампанией и оценка ее эффективности.

35. Измерения при отслеживании рекламной кампании.

36. Методы контрольных исследований.

37. Применение результатов контрольных исследований.



38. Частотность проведения контрольных исследований эффективности рекламных кампаний.

39. Виды PR-кампаний. Формы профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью: характеристика, сравнительный анализ PR-акции.

40. PR-кампании. PR-программы. Комплексна я рекламная кампания и PR- кампания: коммуникативная общность, целевое и функциональное различие.

41. Виды PR-кампании: типологизация по целям, по масштабу, по технологическому субъекту PR и т.д.

42. Подходы к структуризации PR-кампании.

43. Подходы к структуризации PR- кампании: С.Блэк, С. М. Катлип. А. Х. Сентер, Г.М. Брум, А.Н. Чумиков и другие.

44. Характеристика пяти этапов кампании, коммуникационный аудит, ситуационный анализ, этап стратегического планирования, реализация, оценка эффективности.

45. Последовательность и параллельность осуществления этапов PR–кампании.

Вопросы к экзамену

1. Понятийный аппарат дисциплины.

2. Специфика организации и проведения рекламной кампании.

3. Цели рекламной кампании.

4. Формирование у потребителя определенного уровня знаний о донном товаре, услуге, которая рекламируется.

5. Формирование у потребителя определенного (позитивного) образа фирмы. Формирование потребности в данном товаре, услуге.

6. Побуждение потребителя к приобретению именно данного товара у данной фирмы.

7. Стремление «привязать» потребителя к товару, услуге, производимой данной фирмой, корпорацией.

8. Планирование рекламных кампаний.

9. Составление плана рекламной кампании, включающей: общие сведения о заказчике, его продукции, партнерах и причинах, затрудняющих сбыт продукции.

10. Разработка стратегических целей рекламной кампании.

11. Определение сроков проведения, целевой аудитории.

12. Составление бюджета рекламной кампании.

13. Составление и утверждение плана рекламных мероприятий.

14. Основные этапы проведения рекламных кампаний.

15. Создание товарного знака (логотипа), как основы фирменного стиля.

16. Директ-мейл письма, составленного и направленного точно по адресам потенциальных потребителей.

17. Организация некоммерческих обращений с рассказом о достижениях кампании.

18. Составление пресс-релиза.

19. Создание печатной рекламы.

20. Реклама в прессе, раскрывающая преимущества рекламируемого товара.

21. Телереклама, позволяющая обращаться к достаточно широкой аудитории.

22. Радиореклама, содержащая минимум слов, исключающая возможную неоднозначность.

23. Выставки, включающие рекламные акции.

24. Наружная реклама.

25. Спонсорская поддержка особо значимых проектов.

26. Исследование развития рекламных концепций.

27. Исследование рекламных концепций.

28. Цель тестирования рекламы в реальных условиях.

29. Процесс управления тестированием.

30. Измерение процесса обработки информации.

31. Измерение эффектов коммуникации.

32. Тестирование мероприятий стимулирования сбыта.

33. Эффективность технологий проведения рекламных кампаний.

34. Контроль за рекламной кампанией и оценка ее эффективности.

35. Измерения при отслеживании рекламной кампании.

36. Методы контрольных исследований.

37. Применение результатов контрольных исследований.

38. Частотность проведения контрольных исследований эффективности рекламных кампаний.

39. Виды PR-кампаний. Формы профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью: характеристика, сравнительный анализ PR - акции.

40. PR-кампании. PR - программы. Комплексна я рекламная кампания и PR- кампания: коммуникативная общность, целевое и функциональное различие.

41. Виды PR-кампании: типологизация по целям, по масштабу, по технологическому субъекту PR и т.д.

42. Подходы к структуризации PR-кампании.

43. Подходы к структуризации PR- кампании: С.Блэк, С. М. Катлип. А. Х. Сентер, Г.М. Брум, А.Н. Чумиков и другие.

44. Характеристика пяти этапов кампании, коммуникационный аудит, ситуационный анализ, этап стратегического планирования, реализация, оценка эффективности.

45. Последовательность и параллельность осуществления этапов PR–кампании.

46. Российская и международная практика проведения оценки коммуникативной среды базисного субъект PR.

47. Определение, значение, виды коммуникационного аудита.

48. Российская и международная практика проведения оценки коммуникативной ср еды базисного субъекта PR.

49. Классификация источников информации, каналов коммуникации, видов сообщений о базисном объекте PR, целевых аудиторий.

50. Понятие ключевой и целевой аудитории.

51. Структура общественных оценок.

52. Оценка репутации Базы данных, как источник информации.

53. Методы исследований на этапе коммуникационного аудита.

54. Определение ключевых проблем и возможностей, ресурсов базисного субъекта PR.

55. SWOT анализ.

56. Количественные и качественные методы исследований на этапе ситуационного анализа.

57. Самоанализ топ-менеджмента, как необходимый инструмент диагностики ситуации и прогноза развития базисного субъекта PR .

58. Общая концепция PR - кампании.

59. Постановка целей и задач, общая концепция PR-кампании.

60. Творческий аспект стратегии.

61. АСП-подход, планирование на основе выделения направлений деятельности, связанных с той или иной целевой аудиторией.

62. Целеполагание как необходимое условие измеряемости результатов PR - кампании.

63. Гуманитарные технологии (П.Щедровицкий, Е.Островский), социально-коммуникативные технологии (Д.П.Гавра) как инструментарий разработчика PR-кампании.

64. Понятие медиапланирования.

65. Медиаплан.

66. Медиа-аспект стратегии.

67. Медиакарта, ее продуктивное использование.

68. Виды данных и показатели, используемые в медиапланировании.

69. Медиа-обсчет, его основные параметры.

70. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации.

71. Подходы к формированию бюджета PR-кампании

72. Подходы к формированию бюджета: экспертный метод «5 вопросов», экспертный метод «Независимый усредненный прогноз», другие.

73. Принципы отбора экспертного жюри.

74. Способы оптимизации бюджета PR-кампании.

75. Оценка эффективности PR-деятельности.

76. Оперативный контроль и поэтапная корректировка реализации PR- кампании.

77. Этические и законодательные акты, регулирующие деятельность в области рекламы и связи с общественностью.

78. Веб-сайт с точки зрения маркетинга.

79. История развития веб-сайтов. Три «кита» PR в Интернете: Web-PR, NetPR, Online-PR.

80. Корпоративные веб-сайты организаций, их значение и цель.

81. Чаты и форумы как виды коммуникации с потребителем.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания доклада:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.

«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и



показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Оформление и порядок защиты контрольной работы

Основными требованиями к стилю и характеру изложения контрольной работы являются:

- Краткость изложения. Не следует освещать элементарные вопросы, поскольку работа предназначена только для чтения специалистами. Фразы должны быть конкретными и информативными.

- Логичность изложения. Это важно как при описании взаимосвязанных и взаимозависимых процессов и явлений, так и процессов, протекающих последовательно.

- Четкость изложения. При изложении материала рекомендуется широко использовать классификации объектов исследования, их поэтапное подразделение, табличные формы, сравнительные характеристики.

- Использование специальной терминологии, позволяющей более кратко и точно, профессионально излагать материал.

- Использование безличного наклонения. Не рекомендуется применять личные местоимения (например: «я применяю» вместо «применяется», «я считаю» вместо «по нашему мнению» или «можно считать»).

- Грамотность изложения. Безусловное соблюдение правил пунктуации и орфографии, общепринятых сокращений.

Общие требования к построению, изложению и оформлению контрольной работы

Контрольная работа должна быть выполнена в установленные учебным графиком сроки и представлена на кафедру технологии и организации общественного питания до начала очередной сессии для регистрации и передачи преподавателю.

Объем контрольной работы должен составлять 5-10 листов (формата А4). В конце работы необходимо оставлять 1 чистый лист для рецензии преподавателя. Преподаватель проверяет, отмечает ошибки, недостатки, допускает контрольную работу к защите или возвращает студенту на доработку. Студент, получив контрольную работу после проверки, должен внимательно ознакомиться с рецензией.

Защищенная контрольная работа остается на кафедре и хранится в соответствии с требованиями номенклатуры дел. Каждая контрольная работа состоит из двух заданий. Порядок изложения контрольной работы:

- титульный лист;

- содержание варианта контрольной работы с указанием номера варианта;

- текст, последовательно раскрывающий 1 и 2 задания контрольной работы;

- список использованных источников.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена: **:**	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его,

	не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.10.02 Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	9		Преддипломная практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
общественностью как сферы профессиональной деятельности					
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации					
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.					
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ					
Знать: основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации ком	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
муникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий					
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания:



1. Разработку бренда следует начинать с:

а) разработки логотипа и девиза

б) разработки системы ценностей

в) создания товара

2. Ваша компания имеет сильный брэнд, вы сможете:

а) устанавливать более высокую цену

б) в большей степени контролировать каналы дистрибуции в) не зависеть от факторов внешней среды

г) снизить затраты на привлечение новых покупателей

1. Понятию брэнд, наиболее соответствуют утверждения:

а) графическое обозначение названия товара/компании

б) популярный товарный знак, который обрел известность благодаря удачным маркетинговым процедурам

в) сложившаяся сумма всех впечатлений, получаемая потребителем и пользователем в результате отчетливого места, занимаемого в их уме

г) это известная личность

д) широко рекламируемая торговая марка

2. В развитых странах наиболее важным способом продвижения считается: а) стимулирование сбыта

б) реклама в печатных изданиях в) телевизионная реклама

г) прямой маркетинг

3. Прямая реклама не использует следующие формы:

а) рекламные ТВ-ролики б) письма и открытки

в) каталоги, проспекты г) календари

4. За формирование общественного мнения отвечает:

а) мерчендайзинг

б) корпоративная культура в) реклама

г) директ-маркетинг д) паблик релейшенз

5. В настоящее время на потребительских рынках имеется тенденция к: а) доля затрат на маркетинг в общей стоимости товара не меняется

б) снижению доли затрат на маркетинг в общей стоимости товара в) увеличению доли затрат на маркетинг в общей стоимости товара

6. Банк ставит целью увеличить восприятие потребителями себя как надежного банка. Каким видом рекламы он должен воспользоваться:

а) рекламу прямого отклика б) рекламу услуги

в) институциональную рекламу г) связи с общественностью

7. Оцените, является ли целесообразным выделение маркетингового бюджета в размере 80000$ при следующих условиях. Объем продаж в настоящее время составляет 100 000 единиц продукции при стоимости одной единицы в 100$. При этом, прямая себестоимость единицы продукции составляет 30$, вмененные постоянные издержки составляют 500 000$. В случае выделения дополнительного бюджета, планируется что объем продаж вырастет на 30%. Имеет ли смысл выделять бюджет?

а) да, выделение дополнительного бюджета оправдает себя

б) недостаточно информации

в) нет, выделение дополнительного бюджета не оправдает себя г) сложно считать/не помню формул

8. Реклама – это…

а) это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации

б) египетский папирус, где сообщается о продаже раба в) двигатель торговли



г) особое направление деятельности для промышленности, торговли, сельского хозяйства, специалистов и предпринимателей в различных отраслях - обычно размещается в специализированных публикациях или профессиональных журналах либо направляется по почте непосредственно организациям, которые занимаются производством, оптовыми закупками, реализацией больших объемов продукции

Ключ к тесту 1.

1) в

2) а, б

3) б, г

4) в, г

5) а

6) а, в, д

7) в

8) в

9) а

10) а

ТЕСТ 2

1. По целевой аудитории, реклама классифицируется следующим образом: а) потребительская и деловая реклама

б) товарная, нетоварная реклама и корпоративная

в) зарубежная, общенациональная, региональная, местная г) статическую и динамическую (анимационную)

2. По функциям и целям, реклама классифицируется следующим образом: а) потребительская и деловая реклама

б) товарная, нетоварная реклама и корпоративная

в) зарубежная, общенациональная, региональная, местная г) статическую и динамическую (анимационную)

3. По охватываемой области распространения, реклама классифицируется следующим образом:

а) потребительская и деловая реклама

б) товарная, нетоварная реклама и корпоративная

в) зарубежная, общенациональная, региональная, местная г) статическую и динамическую (анимационную)

4. Девиз – это…

а) характерно оформленное наименование продукта или его изготовителя б) краткая, легко запоминающаяся фраза, "боевой клич" фирмы

в) это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации

г) зрительный образ торговой марки, один из основных элементов фирменного стиля

5. Цель девиза фирмы …

а) это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации

б) зрительный образ торговой марки, один из основных элементов фирменного стиля

в) единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах

г) обеспечить последовательное проведение рекламных кампаний и коротко изложить ключевую тему или идею, ассоциирующуюся с товаром или названием фирмы

6. Составляющие зрительного образа фирмы:

а) графические символы (логотип, товарный знак) б) набор шрифтов

в) фирменный цвет

г) товарный знак и девиз

7. Угол наилучшего зрения, при котором ясно виден предмет, равен … а) 9°

б) 18°

в) 23°

г) 34°

8. … обычно имеет формат небольшой книжечки, содержит перечень товаров и услуг данной фирмы.

а) буклет б) каталог

в) пресс-релиз г) проспект

9. … представляет чистую рекламу конкретного товара или услуги. а) коммерческое предложение

б) рекламный лист

в) информационный лист г) прайс-лист

10. Биллборд – это… а) реклама на щите

б) быстрая и последовательная смена трех щитовых изображений в) реклама на транспорте

г) реклама на дорожных указателях и табличках с номерами домов д) реклама на мостах, путепроводах и над проезжей частью

Ключ к тесту 2.

1) а

2) б

3) в

4) б

5) г

б) а, б, в

7) в

8) б

9) б

10) а

ТЕСТ 3

1. Призмавижен – это… а) реклама на щите

б) быстрая и последовательная смена трех щитовых изображений в) реклама на транспорте

г) реклама на дорожных указателях и табличках с номерами домов д) реклама на мостах, путепроводах и над проезжей частью

2. Не допускается реклама:

а) продукции военного назначения

б) гражданского оружия, в том числе оружия самообороны в) основанных на риске игр, пари

г) с использованием транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций

3. Запрещается размещение рекламы на транспортных средствах:

а) оборудованных устройствами для подачи специальных световых и звуковых сигналов б) предназначенных для перевозки опасных грузов

в) на всех видах транспортных средств общего пользования

г) специальных и оперативных служб с предусмотренной требованиями технического регламента определенной цветографической окраской

д) на поездах дальнего следования

4. Охват – это…

а) число представителей целевой аудитории, вступивших в контакт с конкретным средство рекламы или сочетанием

б) количество людей или домов, подвергающихся воздействию определенной службой связей с общественностью

в) ситуация, когда небольшое количество фирм поставляет на рынок весь необходимый объем товара

г) комбинация нескольких средств доставки информации для достижения одной или нескольких целей

5. Выберите определение креативного рекламного агентства:

а) организация, предлагающая комплекс или отдельные виды рекламных работ или услуг б) рекламное агентство, занимающееся разработкой рекламной компании, производством рекламного продукта, а не его распространением

в) рекламное агентство, занимающееся закупкой рекламного эфира на телеканалах и радиостанциях

г) рекламное агентство, работающее на медиарынке, продающее рекламное пространство от имени телеканалов и радиокомпаний

6. Выберите определение медиаселлигово рекламного агентства:

а) организация, предлагающая комплекс или отдельные виды рекламных работ или услуг б) рекламное агентство, занимающееся разработкой рекламной компании, производством рекламного продукта, а не его распространением

в) рекламное агентство, занимающееся закупкой рекламного эфира на телеканалах и радиостанциях

г) рекламное агентство, работающее на медиарынке, продающее рекламное пространство от имени телеканалов и радиокомпаний

7. Выберите элементы относящиеся к «жесткой» рекламной компании: а) привлечение внимания к рекламируемому продукту или услуге

б) манипулирование вниманием и интересом целевой аудитории

в) провоцирование и поддержка потребительских потребностей среди потенциальных пользователей

г) укрепление уверенности в наличии потребности в данном товаре или услуге д)

провоцирование действия (покупки)

8. Одна из самых распространенных рекламных моделей: а) внимание – интерес – желание – действие

б) незнание – пробная покупка – повторная покупка в) обращение – стимул – обобщение – покупка

г) внимание – стимул – пробная покупка д) интерес – подарок – желание – покупка

9. К определению баннер (банер) не относиться:

а) прямоугольное пространство, несущее некое рекламное сообщение в виде GIF или JPG файла, помещенного на web-страницу

б) транспарант, «натянутый» на высоте

в) картинка, ведущая на сайт рекламодателя

г) рекламный планшет, установленный на месте продажи д) часть рекламного текста, выделенная обводкой

10. Брендмауэр – это …

а) реклама на торцевой или глухой стене здания

б) предложение дополнительного количества бесплатного товара в) человек отвечающий за брендинговые исследования

г) реклама на дорожных указателях и табличках с номерами домов д) реклама на мостах, путепроводах и над проезжей частью

Ключ к тесту 3.

1) б

2) а, г

3) а, б, г

4) а, б

5) б

6) г

7) а, б, в, г, д

8) а

9) д

10) а

Вопросы к экзамену:

1. Физиологические возможности восприятия рекламного продукта, Понятие нетто-воздействия.

2. Различия индивидуального и массового восприятия.

3. Имидж и стереотипы в рекламе.

4. Мотивационные характеристики аудитории.

5. Учет индивидуальных особенностей потребителей рекламной информации. Пирамида Маслоу.

6. Проблема адекватности формы и содержания особенностям индивидуального восприятия рекламного продукта.

7. Понятие профилирования и принцип «двойного проектирования» рекламного продукта.

8. Традиционное поведение, ориентированное на удовлетворение потребностей, сформированных культурой.

9. Знак, символ, миф в рекламе. Теория Ж. Бодрийяра о взаимоотношении человека и

«вещи».

10. Понятие «Мильтон-модели».

11. Теория имиджа Д. Огилви.

12. Теория уникального торгового предложения (УТП).

13. Теория «неопровержимых фактов».

14. Понятие субординированной рекламной аргументации.

15. Теория позиционирования Дж. Траута и Э. Раиса, Л. Ческина.

16. Понятие рекламной концепции и рекламной идеи.

17. Форма, содержание и структура рекламного обращения.

18. Эстетика в рекламном деле и теория «вампиризма» Р.Ривза.

19. Особенности текстового оформления и визуализации рекламной и PR продукции.

20. Представительные модели коммуникации (Р.Якобсон, Г.Лассауэл).

21. Современная семиотика и ее основоположники. Основные разделы семиотики: синтаксис, семантика и прагматика.

22. Семиотика и интегрированные маркетинговые коммуникации. Реклама как семиотическая система.

23. Семантическая структура рекламного и PR продукта.

24. Метаграфемика рекламного и PR сообщения и фирменный стиль.

25. Метафора, метонимия и аналогия в рекламном и PR сообщении.

26. Семиотические модели в рекламе и PR. Вербальная, графическая и звуковая интертекстуальность.

27. Семиотический анализ рекламного и PR продукта.

28. Создание эффективного рекламного и PR продукта.

29. Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование рекламного и PR продукта.

30. Этапы творческого процесса создания рекламы и PR: определение проблемы, формирование творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы,

проверка результатов (обратная связь).

31. Творческая стратегия и ее компоненты: обращение и его виды («жесткая» и «мягкая» продажа, «лекция» и «драма»); нетрафаретный, неформальный стиль рекламного обращения; юмор и активизация позитивных эмоций у потребителя.

32. Рекламные и PR формулы: прямое обращение, демонстрация, сравнение товаров, свидетельство рекламных персонажей.

33. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных и PR форм.

34. Знаковые системы и технологии материальной цивилизации как наследственные признаки рекламных и PR жанров.

35. Генезис устных жанров рекламы и PR.

36. Жанры современной радиорекламы и PR: прямое объявление, музыкальная заставка, жанровая сценка, оригинальное представление.

37. Творческие и производственные технологии создания радиорекламы и PR.

38. Изобразительные жанры рекламы и PR. Жанр вывески. Современные технологии оформления витрин. Жанрообразующие признаки рекламного и PR плаката.

39. Системы письменных жанров рекламы и PR.

40. Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы и PR.

41. Жанры телевизионной рекламы и PR.

42. Преимущества и недостатки использования телеэфира в рекламном и PR творчестве.

43. Творческие технологии в создании рекламных и PR роликов. Анимация, живое действие, специальные эффекты.

44. Разработка основной идеи рекламы и PR, цели создания качественного текста.

45. Модель AISDA (внимание, интерес, доверие, желание, действие).

46. Терминология рекламных и PR текстов: заголовки, слоганы, подзаголовки, основной текст, врезы, вставки и рамки, девизы, иллюстрации, печати, логотипы и автографы.

47. Разработка названий для товаров - brend name.

48. Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях.

49. Основы нейролингвистического программирования (НЛП). Особенности применения НЛП в рекламе и PR.

50. Понятие копирайтинга в широком и узком смысле.

51. Функциональные обязанности копирайтера и требования к уровню его подготовки.

52. Язык рекламы и PR: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе.

53. Выразительные средства речи и речевое воздействие. Фонетика и ритмика.

54. Стилистика языка рекламы и PR.

55. Орфографические, грамматические, семантические словари и их использование в копирайтинге и PR.

56. Функции слогана и заголовка.

57. Информационные и риторические характеристики слогана. Эффективные типы слоганов. «Слепые» заголовки.

58. Стилистика рекламного и PR заголовка и слогана.

59. Композиция рекламного и PR сообщения.

Принципы создания рекламного и PR текста.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. развитие навыков логического мышления;

3. углубление теоретических знаний по проблеме исследования. При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критериоцениванияреферата:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; невыдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетвори- тельно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

«неудовлетво-	Тема реферата не	раскрыта, обнаруживается	существенное	не

рительно»	понимание проблемы.			

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

– связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

– объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

– справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

– систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

– закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является»,

«относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.



– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной

работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критериивыставленияоценокприпроведенииэкзамена:	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.11.01 Организация продвижения продукции*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мерчандайзинг
8	8		Мотивация в рекламе
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	910		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
5	5		Организация продвижения продукции
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, курсовая работа, экзамен
Уметь: выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
Знать: способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, курсовая работа, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;					
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере					
Знать: основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, курсовая работа, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии					
Знать: организацию системы сбыта и товародвижения; планирование оптовых и розничных продаж, маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка; позиционирования продуктов и компаний; оценку	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, курсовая работа, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
конкурентоспособности продуктов и конкурентов.					
Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии специализированные программные ресурсы; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, курсовая работа, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;					
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, курсовая работа, экзамен
Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
формах нагосударственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора.					
Владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
на рынке продукции СМИ					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовое задание

Вариант 1

1.Основными средствами продвижения товаров являются:

а) реклама, спонсорство, выставки, пропаганда;

б) личная продажа, пропаганда, реклама, ярмарки;

в) реклама, пропаганда, личная продажа, стимулирование продаж;

г) стимулирование продаж, выставки, ярмарки, личная продажа.

2. Фирма производит ювелирные изделия. Потребители этих товаров сконцентрированы в одном географическом регионе. Для продвижения изделий фирма скорее всего воспользуется:

а) рекламой;

б) личной продажей;

в) пропагандой;

г) стимулированием продаж.

3. Служба управления маркетингом завода холодильников установила, что холодильники «Атлант-18» находятся на стадии зрелости. В связи с этим в коммуникационной политике было отдано предпочтение:

а) личной продаже;

б) напоминающей рекламе;

в) пропаганде;

г) стимулированию продаж.

4. Используя рекламу товара, наиболее целесообразно создавать имидж предприятия на стадии:

а) внедрения;

б) роста;

в) зрелости;

г) спада.

5.. Наиболее простым и часто используемым методом установления затрат на рекламу является:

а) метод фиксированного процента; б

) метод конкурентного паритета;

в) метод максимального дохода;

г) метод соответствия целям и задачам фирмы.

6. Холодильники «Атлант-18» находятся на стадии зрелости. В целях их продвижения было решено использовать рекламу. При этом одна из основных задач рекламы была сформулирована так:

а) создать имидж производителя;

б) стабилизировать продажи благодаря совершению повторных покупок;

в) напоминать о существовании на рынке товара;

г) информировать о местах продажи.

7. Швейная фирма «Милавица» создала и освоила производство новой модели модного женского платья. Для его рекламы она скорее всего выберет:

а) радио;

б) телевидение;

в) журналы;

г) газеты.

8. Стимулирование покупателей универмага скорее всего будет обеспечено благодаря:

а) установлению скидок с цены;

б) организации лотерей;

в) проведению выставок-продаж;

г) организации конференций.

9. Фирму, продающую автомобили, скорее всего будет представлять:

а) торговый агент;

б) коммивояжер;

в) менеджер по продажам;

г) маркетинговый агент.

10. Личная продажа может быть наиболее эффективной формой продвижения товара благодаря:

а) наличию обратной связи;

б) широкому охвату потребителей;

в) квалифицированной работе торговых агентов и коммивояжеров;

г) низким затратам.

Правильные ответы

Номер задания	**1**
1	**г**
2	**б**
3	**а**
4	**а**
5	**б**
6	**б**
7	**г**
8	**в**
9	**г**
10	**г**

Темы рефератов

1. PR как универсальная система подготовки и продвижения посланий (информационно-коммуникативная цепь).

2. Выставки как элемент продвижения.

3. Роль выставок в коммуникационной деятельности фирмы.

4. Роль стимулирования сбыта в коммуникационной деятельности фирмы.

5. Интегрированные маркетинговые коммуникации: значение и технология использования.

6. Корпоративное издание, как инструмент продвижения товаров, услуг, бренда.

7. Мерчендайзинг как способ продвижения товаров в розничной сети.

8. Методы формирования бюджета кампании по продвижению.

9. Особенности комплекса продвижения розничного торгового предприятия.

10. Особенности продвижения лекарственных товаров.

11. Особенности продвижения банковских услуг.

12. Особенности продвижения женских товаров.

13. Особенности продвижения мужских товаров.

14. Особенности продвижения услуг связи.

15. Особенности продвижения гостиничных услуг.

16. Особенности продвижения туристических услуг.

17. Особенности продвижения потребительских товаров.

18. Особенности продвижения образовательных услуг

19. Особенности продвижения товаров для детей.

20. Особенности продвижения транспортных услуг.

21. Особенности продвижения товаров и услуг на экспорт.

22. Особенности продвижения услуги.

23. Особенности комплекса продвижения предприятий легкой промышленности.

24. Особенности комплекса продвижения предприятий пищевой промышленности.

25. Особенности комплекса продвижения предприятий машиностроительной промышленности

26. Особенности комплекса продвижения предприятий деревообрабатывающей промышленности

27. Особенности комплекса продвижения предприятий мебельной промышленности.

28. Особенности комплекса продвижения предприятий химической промышленности.

29. Особенности продвижения предприятий энергетического комплекса.

30. Особенности комплекса продвижения предприятий сельскохозяйственного сектора.

31. Особенности комплекса продвижения предприятий франчайзинговых предприятий.

32. Правовые ограничения продвижения (на примере нескольких стран).

33. Презентация как инструмент продвижения товаров, услуг, идей.

34. Приемы эффективной презентации.

35. Брендинг в стратегии продвижения товара

36. Продвижение на международном рынке.

37. Промоушен акции: понятие, функции, технология проведения.

38. Рекламная стратегия как комплекс мероприятий, направленных на продвижение продукта или услуги.

39. Роль рекламы в продвижении продукции на примере

40. Роль личной продажи в продвижении продукции на примере

41. Роль стимулирования сбыта в продвижении продукции на примере

42. Роль пропаганды в продвижении продукции на примере

43. Способы оценки эффективности мероприятий по продвижению.

44. Особенности комплекса продвижения продукта в Интернет.

45. Влияние жизненного цикла товара на продвижение.

46. Информационные каналы продвижения.

47. Особенности комплекса продвижения розничного торгового предприятия.

48. Принципы эффективной организации ИМК на предприятии.

49. Основные принципы и этапы разработки медиастратегии.

50. Разработка он-лайн стратегий продвижения.

51. Эффективность продвижения в сети Интернет.

52. Стратегия и принципы построения Web-сайтов.

53. Анализ эффективности участия в выставке.

54. Работа с промо-персоналом.

55. Подготовка участия в выставке.

56. Стратегии продвижения нового товара на рынок.

57. Стратегии товарного ассортимента.

58. Стратегия позиционирования как средство продвижения товара на рынок.

59. Сервисная деятельность как стратегия продвижения товара на рынок.

60. Роль маркетинговой информационной системы в продвижении товара на рынок.

61. Стратегия стимулирования сбыта в системе продвижения товаров на рынок.

62. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций на предприятиях деревообрабатывающей промышленности.

63. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций на предприятиях пищевой промышленности.

64. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций на предприятиях мебельной промышленности.

65. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций банковских услуг.

66. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций гостиничных услуг.

67. Стратегия создания бренда (брендинг).

68. Стратегия разработки эффективной упаковки.

69. Интернет-магазины и особенности их продвижения.

70. Баннерная реклама как инструмент маркетинга современной компании.

71. Стратегия адаптации товара при выходе на внешний рынок на предприятиях пищевой промышленности.

72. Стратегия адаптации товара при выходе на внешний рынок на предприятиях сельскохозяйственного сектора.

73. Стратегия адаптации товара при выходе на внешний рынок на предприятиях машиностроительной промышленности

74. Стратегия адаптации товара при выходе на внешний рынок на предприятиях химической промышленности

75. Стратегии продвижения товара на внешних рынках.

Вопросы к экзамену

1. Основные этапы проведения маркетинговых исследований.

2. Понятие конъюнктуры рынка. Конъюнктурообразующие факторы.

3. Показатели конъюнктуры рынка. Индикаторы рынка.

4. Потенциал и ёмкость рынка: понятие и расчёт. Рыночная доля фирмы.

5. Маркетинговая информация: назначение классификация, источники.

6. Вторичная и первичная информация: достоинства и недостатки.

7. Методы сбора первичной информации.

8. Наблюдение, эксперимент.

9. Опрос: фирмы опроса, их достоинства, недостатки порядок проведения.

10. Анкетирование как одна из форм опроса: достоинства и недостатки, требования, учитываемые при составлении анкет.

11. Факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей на рынке потребительских товаров.

12. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей товаров производственно-технического назначения.

13. Взаимосвязь побудительных факторов маркетинга и ответной реакции потребителей.

14. Психологические факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей. Теории мотивации З.Фрейда и А.Маслоу и их применение в маркетинге.

15. Процесс покупки в потребительской и промышленной среде.

16. Личностные, социальные и культурно-исторические факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей.

17. Понятие, цели и признаки сегментации рынка.

18. Критерии выбора целевых рынков.

19. Позиционирование товара на рынке.

20. Роль и значение планирования маркетинга. Виды планов маркетинга.

21. Стратегическое маркетинговое планирование. Этапы стратегического планирования.

22. Стратегия роста фирмы: основные направления и их характеристики.

23. Ситуационный анализ как основа стратегического планирования маркетинга.

24. Методы государственного регулирования цен.

25. Процесс ценообразования, его основные этапы.

26. Методы ценообразования и условия их применения.

27. Методы ценообразования, основанные на издержках.

28. Методы ценообразования, основанные на спросе.

29. Методы ценообразования, основанные на конкуренции.

30. Определение цены на основе анализа безубыточности и достижения целевой прибыли.

31. Стратегии ценообразования в рамках товарного ассортимента и с учётом географического фактора.

32. Маркетинговые стратегии ценообразования.

33. Рыночная корректировка цен: скидки как инструмент ценовой политики.

34. Сбытовая политика предприятия строительной отрасли: понятие, значение виды и методы сбыта.

35. Каналы распределения; природа, функции и структура.

36. Сравнительная характеристика каналов распределения. Факторы, учитываемые при выборе каналов распределения.

37. Виды посредников по наличию собственности на товар, их характеристика, функции и

роль в распределении товаров.

38. Виды посредников, не имеющие права собственности на товар, их функции.

39. Традиционные и современные системы сбыта, их характеристика и отличительные особенности.

40. Комплекс маркетинговых коммуникаций: понятие, функции и виды.

41. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций: характеристика, преимущества и недостатки.

42. Современные средства распространения рекламы: характеристика, преимущества и недостатки.

43. Критерии выбора средств распространения рекламы.

44. Оценка эффективности рекламы.

45. Персональные продажи в системе маркетинговых коммуникаций.

46. Направления и методы стимулирования сбыта.

47. Общие концепции планирования маркетинга.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.

«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены



существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки курсовых работ

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, являющемуся автором курсовой работы, соответствующей всем установленным требованиям, в том числе формальным. Содержание работы должно свидетельствовать о том, что студент творчески подошел к освещению темы, использовал самостоятельно найденные источники, в том числе новейшие научные публикации и нормативные документы по теме курсовой работы, не только произвел обобщение и оценку различных научных позиций, но и сформулировал и убедительно аргументировал собственную точку зрения. При этом во время защиты студент должен:

а) продемонстрировать понимание актуальности заявленной темы, ее научную и практическую значимость, знание материала, являвшегося предметом исследования;

б) уметь обосновать выводы исследования;

в) правильно ответить на все вопросы, касающиеся темы курсовой работы.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, являющемуся автором курсовой работы, соответствующей всем предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Содержание работы должно свидетельствовать о том, что отдельные пункты плана работы рассмотрены неполно, хотя в целом тема раскрыта достаточно подробно. Студент не продемонстрировал твердого навыка самостоятельного поиска новейших научных публикаций и нормативных документов по теме курсовой работы, а также иных необходимых источников. Имеются небольшие изъяны в оформлении текста. При этом во время защиты студент должен:

а) продемонстрировать понимание актуальности заявленной темы, ее научную и практическую значимость, знание материала, являвшего предметом исследования;

б) правильно ответить на вопросы, касающиеся темы курсовой работы.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, являющемуся автором курсовой работы, в целом соответствующей предъявляемым требованиям, в том числе

формальным. Содержание работы должно свидетельствовать о том, что:

1) студент показал лишь умение компилировать найденный по теме материал, опирался в основном на учебную литературу;

2) в недостаточном объеме использовал специальные, в том числе, новейшие источники по теме (научные публикации, нормативные документы, обзоры юридической практики и т.д.);

3) не смог сформулировать самостоятельные выводы и оценки рассмотренных вопросов;

4) допустил серьезные изъяны в оформлении работы.

При этом во время защиты студент должен продемонстрировать:

а) умение раскрыть актуальность заявленной темы;

б) не более двух неправильных ответов на вопросы научного руководителя, а в случае необходимости – иных лиц, присутствующих на защите.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, являющемуся автором курсовой работы, не соответствующей предъявляемым требованиям, в том числе формальным. Неудовлетворительная оценка выставляется, если во время защиты студент:

а) не раскрыл актуальность темы исследования;

б) не смог ответить более чем на два вопроса научного руководителя, а в случае необходимости – иных лиц, присутствующих на защите;

в) использовал литературу без необходимых ссылок на нее в тексте работы.

Оценка «неудовлетворительно» также выставляется, если во время защиты у научного руководителя возникли обоснованные сомнения в том, что студент является автором представленной к защите курсовой работы (он не ориентируется в тексте работы; не может дать ответы на уточняющие вопросы, касающиеся сформулированных в работе положений; аналогичные или тождественные по содержанию работы имеются в Интернете и т.д.). Такая оценка выставляется и в том случае, если работа не соответствует всем предъявляемым требованиям.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена: **:**	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал,

	не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.11.02 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Внутрикорпоративный PR
7	8		Имиджелогия
7	8		Медиарилейшнз
6	7		Медиакарта региона
6	7		Брендинг территории
67	678		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	56		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	9		Преддипломная практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время			
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
3	3		Экология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3	4		Основы бережливого производства
УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.			
4	4		Экономика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-9.2 Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.			
4	4		Экономика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-9.3 Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности.			
4	4		Экономика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			деятельность
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
Знать: правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации					
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
коммуникационной стратегий.					
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства,	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
международного и российского права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений					
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения- соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
характера-навыками применения современного инструментария для решения экономических задач					
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время					
Знать: основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: определять круг задач в рамках профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
развития экономических процессов, и явлений.					
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.					
Знать: экономические законы производства: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики;- основы микроэкономики, теорию потребительского поведения, издержки производства, типы рыночных структур, рынки факторов производства; основы макроэкономической политики государства, основные макроэкономические показатели и принципы их расчета; механизм формирования валового внутреннего продукта и валового национального дохода, теорию макроэкономического равновесия, бюджетно-налоговую и денежно-кредитную политику, механизм регулирования инфляции и безработицы; основы функционирования мировой экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
возникновение управленческих проблем и задач;- применять творческий, аналитический, прогностический, креативный и др. подходы к решению проблемы исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;- использовать экономический инструментарий анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации); адекватно воспринимать содержание, находить и анализировать экономическую информацию, имеющуюся в экономической литературе и используемую в СМИ для ориентирования в основных текущих проблемах экономики;- анализировать экономическую политику государства,формировать собственную позицию по отношению к ней и вырабатывать свою точку зрения на происходящие в стране экономические процессы					
Владеть: навыками решения простейших задач по дисциплине; навыками графического иллюстрирования вопросов экономики;- методами системного творческого решения проблемы исследования на базовом уровне	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
исходя из поставленных задач и ожидаемых результатов; - навыками содержательной интерпретацией и адаптацией знаний экономической теории для решения профессиональных задач; способностью к обобщению, поиску и оценке альтернативных способов решения поставленных экономических задач					
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.2 Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.					
Знать: основные принципы и содержание экономических законов и категорий, структуру экономических показателей; источники и способы анализа экономической информации, характеризующей денежную, валютную, кредитную, банковскую системы.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: применять экономические модели и методы для описания процессов и явлений в различных сферах деятельности;- пользоваться различными инструментами сбора, анализа и обработки экономических данных;- организовывать собственную деятельность числе в области учёта расходов и доходов, приобретения	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
финансовых продуктов услуг), выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;- правильно использовать теоретические практической деятельности по использованию экономической информации;- результативно использовать современные финансовые инструменты;- решать типичные задачи в области семейного бюджета.					
Владеть: основами экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности;методами сбора и анализа экономической информации	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.3 Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности					
Знать: финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: использовать финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть:	Частичное	Несистематическо	В	Успешное и	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
методами рационального подхода к управлению личным и семейным бюджетом, на базе которого человек организует эффективное расходование своих средств;-навыками поддержания здорового баланса доходов и расходов в личном и семейном бюджете;навыками успешного использования инструментов инвестирования и сбережения, и избежание бессмысленных трат и финансовых потерь.	владение навыками	е применение навыков	систематическом применении навыков допускаются пробелы	систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов, докладов, эссе, сообщений. Примерные темы рефератов:

1. Конкурентоспособность: понятие, факторы и методики оценки конкурентоспособности и изучения конкурентной среды.

2. Маркетинговые информационные системы.

3. Теория и практика проведения маркетинговых исследований

4. Роль маркетинговых исследований в сегментировании рынка и позиционировании товара.

5. Мотивация потребителя.

6. Мотивация и покупательское поведение.

7. Принятие решения о покупке товара потребителем в различных условиях.

8. Роль цен в выборе товара.

9. Международные маркетинговые исследования: особенность и причины развития в рыночной экономике.

Тестовые задания

1. Маркетинговое исследование - это:
а) глубокое изучение теории и практики маркетинга;
б) исследовательская деятельность, направленная на удовлетворение информационно-аналитических потребностей маркетинга;
в) научная разработка типовых программ управления некоторыми рыночными явлениями и процессами.
г) свой вариант ответа.
2. Маркетинговые исследования – это:
а) сбор, обработка и анализ данных с целью уменьшения неопределенности при принятии маркетинговых решений;
б) совокупность всей информации, характеризующей состояние внешней и внутренней среды предприятия;
в) совокупность первичных и вторичных данных, подлежащих экспертизе;
г) свой вариант ответа.
3. В чем проявляется эффективность маркетингового исследования?
а) в экономном расходовании службой маркетинга финансовых средств фирмы;
б) в достижении цели, поставленной маркетингом фирмы;
в) в проведении маркетингового исследования в соответствии с планом и в установленные сроки.
4. Кто испытывает потребность в маркетинговой информации?

а) руководство фирмы;
б) налоговая служба;
в) статистические органы.
5. В процессе маркетингового исследования выделяются следующие этапы:
1) формулирование проблемы и целей исследования, определение потребности в информации и организация ее сбора, анализ информации, подготовка аналитического отчета;
2) формулирование проблемы и целей исследования, определение потребности в информации, анализ информации, подготовка аналитического отчета;
3) формулирование проблемы и целей исследования, организация сбора информации, анализ информации, подготовка аналитического отчета;
4) формулирование проблемы, организация сбора информации, анализ информации, подготовка аналитического отчета.
6. Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:
а) собрать информацию о предприятиях с закрытым режимом деятельности;
б) собрать информацию о внерыночных организациях;
в) собрать предварительную информацию для разработки методологии основного исследования.
г) свой вариант ответа.
7. Совокупность специальных приемов, конкретных операций, используемых в рамках конкретного метода сбора, обработки или анализа информации:
а) план (программа) исследования,
б) техника исследования,
в) методы исследования.
г) свой вариант ответа.
8. Анкетирование - это:
а) опрос в форме письменных ответов на вопросы, приведенные в виде таблицы;
б) изучение биографических данных респондента;
в) составление перечня вопросов.
г) свой вариант ответа.
9. Привлечение сторонних организаций к проведению маркетинговых исследований целесообразно для:
а) выбора деловых партнеров;
б) проведение массовых опросов потребителей;
в) разработка тактики конкурентной борьбы;
г) обоснование цен на товары и услуги.
10.Ошибка выборки может зависеть от следующих факторов:
а) численность выборки;
б) степень вариации изучаемого признака;



в) метода отбора единиц для обследования;
г) от всех указанных факторов;
д) от других неуказанных факторов.
11. Какую роль играет маркетинговая информация в управлении фирмой?
а) она собирается для отчета в налоговой инспекции;
б) она обеспечивает надежность принимаемых маркетинговых решений;

в) она вообще не нужна фирме, успешно выступающей со своим товаром на рынке.
г) свой вариант ответа.
12. Основные процессы, которые необходимо организовать для функционирования маркетинговой информационной системы:
а) сбор, обработка, анализ, передача и хранение информации;
б) принятие решений по управлению предприятием;
в) совокупность всей информации, необходимой для выполнения маркетинговых мероприятий.
г) свой вариант ответа.
13. Выборка – это:
а) часть потребителей, которые будут представлять интересы и вкусы всех потребителей генеральной совокупности;
б) все потребители, которых необходимо опросить в рамках данного исследования;
в) постоянная группа потребителей, не меняющаяся при проведении различных опросов.
14. Омнибус - это:
а) двухэтажный автобус в Англии;
б) панель с изменяющейся программой опроса;
в) панель с постоянной программой опроса.
15.Вероятностное предположение о сущности и путях решения рассматриваемой проблемы:
а) рабочий инструментарий;
б) рабочая гипотеза;
в) методология маркетингового исследования.
16.Метод оценки стоимости исследования, базирующийся на предшествующем опыте:
а) нормативно-аналоговый;
б) экспертный;
в) опытно-статистический.
17.Регулярное исследования – это:
а) исследование, проводимое регулярно;
б) ориентировано на более узкий круг проблем для углубления и конкретизации имеющихся;
в) ориентировано на малоизученные проблемы для выработки рекомендаций.
18.Общая продолжительность исследования:
а) меньше суммы продолжительности отдельных его этапов и процедур;
б) больше суммы продолжительности отдельных его этапов и процедур;
в) равна сумме продолжительности отдельных его этапов и процедур.
19.При каком методе отбора объем исходной совокупности на всем протяжении выборочного обследования остается неизменным:
а) повторном;
б) бесповторным;
в) выборочном.

20.Доля единиц, обследуемой исходной совокупности, обладающих изучаемым признаком, называется:
а) генеральной долей;
б) выборочной долей;
в) абстрактной долей;
г) основной средне

21. Длительная беседа специально обученного интервьюера с группой от шести до десяти человек, в ходе которой выясняется их отношение к товару, обслуживание, организации называется:



1) наблюдение;
2) интервью «фокус-групп»;
3) эксперимент.
4) интервью по телефону
22. Деление рынка на группы потребителей на основе их знания о продукте, отношения к нему, реакции на него и опыта его использования относится к:
1) географической сегментации;
2) демографической сегментации;
3) психографической сегментации.
4) социально-экономическим признакам
23. Если предприятие СКСиТ предлагает новую услугу на старом рынке,то она должна использовать стратегию:
а) проникновения на рынок;
б) развития рынка;
в) разработки продукта;
г) диверсификации.
24. Какой главный прием используется на предприятиях СКСиТ для обеспечения качественного обслуживания?:
а) подготовка персонала;
б) разработка стандартов обслуживания;
в) проведение маркетинговых исследований;
г) использование современных технологий;
25. Сегментирование на рынке СКСиТ предполагает деление на однородные группы:

а) конкурентов;
б) потребителей;
в) оказываемых услуг;
г) все ответы верны;
26. Вариант рыночного покрытия, который игнорирует различия в сегментах рынка и выходит на рынок в целом только с одним рыночным предложением, называется:
1) стратегия диверсификации;
2) стратегия дифференцированного маркетинга;
3) стратегия концентрированного маркетинга
4) стратегия массового маркетинга.
27. Официально опубликованные отчеты предприятия по показателям продаж, ценам и т.д., являются:
а) первичным внутренним источником информации;
б) вторичным внутренним источником информации;
в) первичным внешним источником информации;
г) вторичным внешним источником информации;
28. Цена призвана выполнять следующие функции (исключите лишнее):
а) стимулирующая;
б) координирующая;
в) распределительная;
г) ориентирующая.
29. Какая фаза жизненного цикла услуги СКСиТ характеризуется получением максимальной прибыли?:
а) внедрения;
б) спада;
в) зрелости;
г) роста;
30. К средствам коммуникации не относится:
а) реклама и паблик рилейшнз;;
б) личные продажи;
в) стимулирование сбыта
г) личные продажи и оптовая торговля
31. Какой канал сбыта товара предполагает наличие двух участников: туристского предприятия (его филиалов, представительств, представителей) и потребителя:



1) одноуровневый канал
2) канал прямого маркетинга

3) двухуровневый канал
4) вертикальная маркетинговая система
32. Какой термин соответствует следующему определению: наиболее подходящая и выгодная для туристского предприятия группа сегментов рынка (или один-единственный сегмент), на которую направлена его маркетинговая деятельность:
1) рынок продавца
2) рынок покупателя
3) целевой рынок
4) массовый маркетинг
33. Согласно матрице Бостонской консалтинговой группы лидирующее положение в относительно стабильной или сокращающейся отрасли имеют:
а) звезды;
б) собаки;
в) дойные коровы;
г) дикие кошки.
34. Стратегия ценообразования «снятие сливок» характеризуется
а) ориентацией на конкурентов, предлагающих услуги по высоким ценам;
б) калькуляцией издержек производства, обслуживания, желаемой прибыли;
в) поддерживанием постоянно высокой цены на услугу;
г) верного ответа нет.
35. Как называется ценовая политика, когда компании назначают низкую начальную цену, и проникают на рынок быстро и глубоко, привлекая к себе многих покупателей и завоевывая большую рыночную долю:
1) ценообразование на набор товаров;
2) ценовая политика «снятие сливок»;
3) ценовая политика «прорыв на рынок».
4) Ценовое стимулирование сбыта
36. Предоставление ограниченному числу дилеров исключительного права продажи товаров компании на данной территории — это
1) франчайзинг;
2) эксклюзивный сбыт;
3) розничная торговля.
4) Оптовая торговля
37. Потенциально возможный объем продаж определенного товара на рынке в течение заданного периода называется
1) европолис;

2) емкость рынка;
3) тренд.
4) Коньюнктура рынка
38. Набор словесных, графических, цветовых, типографских,
дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров и услуг, всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления — это
1) фирменный знак;
2) фирменный стиль;
3) фирменный блок.
4) фирма
39. Демографические, экономические, технологические, политические, правовые, социальные, культурные факторы относятся к:
1) факторам макросреды;
2) факторам микросреды;
3) благоприятным факторам;
4) угрожающим факторам.
40. К какому типу стратегии по Майклу Портеру относится стратегия, когда предприятие развивает свои сильные стороны, которые могут дать ей дать преимущество в конкурентной борьбе на одном или нескольких сегментах рынка?

1) стратегия, направленная на завоевание лидерства в борьбе за снижение издержек;
2) стратегия дифференциации;
3) стратегия фокусирования.
4) относится ко всем стратегиям

Примерные вопросы к экзамену:

1) Сущность и необходимость маркетинговых исследований.
2) Социально-экономические, социально-политические и культурные аспекты маркетинга.
3) Роль связей с общественностью в маркетинговой политике организации.
4) Маркетинговая информация как продукт обмена и услуга.
5) Состояние, структура и тенденции рынка услуг в сфере связей с общественностью.
6) Виды маркетинговых исследований.
7) Основные задачи маркетинга.
8) Маркетинг как инструмент в рыночном поведении организации.
9) Сегментирование и позиционирование рынка услуг.
10) Маркетинговая стратегия в связях с общественностью.
11) Цели маркетинга в рекламе и PR: прогнозирование и управление спросом на рынке услуг.
12) Функции маркетинга в рекламе и PR: аналитическая, производственная, сбытовая, организации и контроля.
13) Роль маркетинговой разведки в системе маркетинговых исследований.
14) Принципы маркетинговых исследований.
15) Классификация и характеристика рынка услуг.
16) Маркетинг на рынке интеллектуального продукта.
17) Институциональный маркетинг (маркетинг организаций).
18) Маркетинг имиджа в сфере связей с общественностью.
19) Маркетинг рекламы в PR-деятельности.
20) Общественный и личностный маркетинг («эго-маркетинг»).
21) Условия и факторы самомаркетинга.
22) Организация и маркетинг общественного мнения.
23) Политический маркетинг. Его виды и типы.
24) Маркетинговые исследования предвыборной агитации кандидатов.
25) Понятия информационного продукта и информационной услуги.17
26) Маркетинг информационного рынка.
27) Маркетинг в области информационных технологий.
28) Службы маркетинговых исследований в организациях по связям с общественностью.
29) Особенности планирования работы службы маркетинга в рекламе и PR.
30) Порядок организации и проведения маркетинговых исследований в рекламе и PR.
31) Взаимосвязь маркетинга и социологии в связях с общественностью.
32) Разработка программы маркетингового исследования.
33) Выявление проблемы и формулирование целей исследования.
34) Выбор метода исследования.
35) Подготовка инструментария маркетингового исследования.
36) Программное обеспечение маркетинговых исследований в PR.
37) Обоснование выводов и рекомендаций маркетинговых исследований в рекламе и PR.
38) Оформление результатов исследования.
39) Понятие источников первичной и вторичной информации.
40) Планирование и сбор первичной информации. Источники вторичной информации.
41) Основные методы сбора первичной информации
42) Методы сбора вторичной информации.
43) Порядок систематизации полученной маркетинговой информации.
44) Мониторинг результатов исследований.
45) Структура и содержание отчета по итогам проведенного маркетингового исследования.
46) Выводы, рекомендации и предложения по итогам проведенного маркетингового исследования.
47) Порядок представление результатов маркетингового исследования.
48) Основные этапы подготовки презентации делового предложения в PR.
49) Анализ аудитории и характеристика участников.
50) Универсальные технологии, методы, приемы ситуационного анализа: мониторинг эмоций.

51) Универсальные технологии, методы, приемы ситуационного анализа: ранжирование источников информации.
52) Универсальные технологии, методы, приемы ситуационного анализа: метод «Делфи».
53) Универсальные технологии, методы, приемы ситуационного анализа: Мозговой штурм.
54) Анализ сильных и слабых сторон и их взаимодействия с угрозами и возможностями внешней среды (SWOT-анализ).
55) Анализ стратегической позиции, занимаемой предприятием.
56) Анализ сегментов рынка.
57) Анализ конкуренции.
58) Позиционный анализ.
59) Ситуационный анализ: цели, задачи, функции.
60) Комплексные технологии подготовки, принятия и реализации управленческого решения.
61) Принципы аналитической работы.
62) Системность, проблематика, стратегия решения, оценка рисков, взаимодействие, коллегиальный подход в ситуационном анализе

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение. **Критерии оценивания реферата:**	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Оценка «отлично» ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, обнаруживает максимально глубокое знание профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры. Обнаруживает аналитический подход в освещении различных концепций. Делает содержательные выводы. Демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебного методического комплекса и дополнительных источников информации.

Оценка «хорошо» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно



полно. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры, однако наблюдается некоторая непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика. Демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебного методического комплекса и дополнительных источников информации.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументируются. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры отсутствуют.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных ошибок. Оценка «неудовлетворительно» ставится также при отказе от ответа, или если представленный ответ полностью не по существу содержащихся в экзаменационном задании вопросов.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Галинская Наталья Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.01.01 Психология массовых коммуникаций*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	9		Преддипломная практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
УК-3.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).			
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-3.3 Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата			
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды			
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Психология
УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата			
2	2		Психология
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий,			

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.			
2	2		Психология
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.			
2	2		Психология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, контрольная работа

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
деловой переписки					
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ					
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
сферах.					
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос
Уметь: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде					
Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос
Уметь: разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.					
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).					
Знать: системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания
Уметь: на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.3 Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата					
Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания
Уметь: разрабатывать командную стратегию	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
достижения поставленной цели.					
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды					
Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос
Уметь: формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания
Уметь: - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач;- находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессион	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ального роста			пробелы		
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устные опрос
Уметь: - расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата					
Знать: основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания
Уметь: подвергать критическому анализу проделанную работу.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы



формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный вариант тестовых заданий

Наиболее точным определением предмета психологии массовой коммуникации является на современном этапе (сделать выбор из перечня):

1. Массовая коммуникация.

2. Массовые коммуникации.

3. Психологические процессы масс.

4. Закономерности массововидных явлений.

5. Опосредованное общение с помощью технических средств.

№2

Выберите функции массовой коммуникации, определяющие ее психологическую актуальность:

1. распространение знаний о действительности, информирование;

2. социальный контроль и управление;

3. интеграция общества и его саморегуляция;

4. формирование общественного мнения;

5. социальное воспитание;

6. распространение культуры;

7. социальная активация личности;

8. самоутверждение (самопознание и самореализация);

9. социальная идентификация;

10. социальная релаксация.

№3

Структура личности как база восприятия и обработки информации и есть главный барьер на пути влияния массовой коммуникации:

1-Да.

2. Нет.

3. Зависит от ситуации.

№4



Исключите из перечня лишние элементы цепи массовой коммуникации:

1. Источник.

2. Средства.

3. Аудитория.

4. Сообщения.

5. Текст.

6. Персональный компьютер.

№5

Выберите социально-психологические механизмы восприятия коммуникатора:

1. идентификация,

2. эмпатия,

3. аттракция,

4. персонификация,

5. когнитивный баланс,

6. олицетворение,

7. символизация,

8. социальная рефлексия,

9. социальная перцепция.

№6

Дополните основных методов психологического воздействия в массовой коммуникации

«убеждение, внушение, заражение, ...».

1. NLP.

2. Стереотипизация.

3. Формирование установок.

4. Формирование потребностей.

5. Формирование мотивов.

6. Формирование ожиданий.

7. Формирование интересов.

8. Формирование коллективных представлений.

9. Формирование коллективных предрассудков.

10. Огруппление мышления.

11. Обучение.

12. Подражание.

№7

Исключите из списка понятия, которые не являются приемами манипулирования общественным сознанием в массовой коммуникации:

1. утаивание информации,

2. смещение акцентов,

3. искажение информации,

4. логические ловушки,

5. мода,

6. универсальные высказывания,

7. неявные указания на общепризнанные нормы,

8. иллюзии взаимопонимания,

9. реклама,

10. пропаганда.

№8

В терминах теории установки выберите уровни, характеризующие складывание коммуникативного влияния:

1. когнитивный уровень,

2. уровень потребностей,

3. мотивационный уровень,

4. аксиологический уровень,

5. аффективный уровень,

6. поведенческий уровень.

№9

Методы активизации творческого мышления журналиста включают (выбрать правильные

ответы)

1. метод записной книжки,

2. метод аналогий,

3. метод ассоциаций,

4. «мозговой штурм»,

5. измененные состояния сознания.

№10

Психологическая эффективность массовой коммуникации, это в первую очередь:

1. Адекватный коммуникативный стиль коммуникатора.

2. Удовлетворенность характеристиками общения.

3. Гармония социального взаимодействия.

4. Наличие обратной связи.

№11

Основоположником изучения подражания как механизма распространения моды был:

1)Г.Тард

2) Джо Бруммель;

3) Е. Тремнер

4) Р. Барт

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Общение и коммуникация.

2. Функции и виды коммуникации.

3. Массовая коммуникация, сравнительный анализ массовой и межличностной коммуникации.

4. Функции массовой коммуникации.

5. Структура коммуникативного акта. Модели коммуникации без обратной связи: модель Лассуэлла; модель Шеннона-Уивера.

6. Модели коммуникации с обратной связью: модель У. Шрамма, модель М. Дефлера.

7. Модели коммуникации социальных групп в обществе: модель Ж.-М. Коттре, модель К. Синна.

8. Модели альтернативных видов движения информации И. Бордвика и Б. ванКаама.

9. Двуступенчатая модель коммуникации (П. Лазарсфельд).

10. Модели, объясняющие закономерности неэффективности массовой коммуникации: "модель привратника", модель "спираль молчания".

11. Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Бихевиоризм.

12. Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Психодинамическая теория Фрейда

13. Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Индивидуальная теория Адлера.

14. Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Аналитическая психология К.Г. Юнга.

15. Специфика поведения коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

16. Социально-демографические характеристики коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

17. Индивидуально-личностные характеристики коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

18. Социально-психологические модели коммуникатора: модель Г. Келмана.

19. Социально-психологические модели коммуникатора: модель Дж. Голдхабера.

20. Коммуникативная ситуация и формы подачи коммуникатора в СМИ.

21. Методы исследования восприятия коммуникатора аудиторией в СМИ.

22. Имидж-технологии в массовой коммуникации. Сопоставление понятий "имидж" и "образ".

23. Социально-психологические характеристики имиджа.

24. Виды имиджа.

25. Принципы и приемы формирования имиджа.

26. Стратегия и тактика конструирования имиджа.

27. Методы оценки имиджа (семантический дифференциал Ч. Осгуда, метод репертураных решеток Келли, метод группировки).

28. Взаимный анализ брендов и их атрибутов.

29. Виды психологического воздействия: убеждение и внушение.

30. Понятие манипуляции. Составляющие манипулятивного воздействия.

31. Специфика манипуляции и манипулятивных приемов, используемых в СМК.



32. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию.

33. Психологические основы восприятия сообщений СМК.

34. Психологические основы внимания в массово-коммуникативном процессе.

35. Психологические основы запоминания сообщений СМК.

36. Психологические основы понимания сообщений СМК.

37. Каналы массовой коммуникации. Специфика и ограничения различных каналов массовой коммуникации в современном мире.

38. Роль стереотипа в процессе массовой коммуникации

39. Роль установки в процессе массовой коммуникации

40. Интерес, как фактор МК. Виды и особенности интересов

41. Психологическая характеристика мотивационной сферы личности при обращении к СМК

42. Психологическое заражение как способ воздействия на аудиторию

43. Психологические особенности подражания

44. Роль слухов в массовой коммуникации, разновидность слухов

45. Психологические особенности толпы.

46. Мода как массово-коммуникационное явление.

47. Сообщение СМК. Топос. Логические и риторические приемы.

48. Творческое воображение и мышление журналиста.

49. Приемы активизации творческого процесса.

50. Приемы оценки эффективности массовой коммуникации.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к контрольной работе

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал,



укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т.д.

При оценке контрольной работы преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной работы;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствие с требованиями;

- автор защитил контрольную работу и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к выполнению тестового задания

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:



- закрытая форма – наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил;

- открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»);

- установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Цель тестовых заданий – заблаговременное ознакомление магистров факультета аграрных технологий с теорией изучаемой темы по курсу и ее закрепление.

Тесты сгруппированы по темам. Количество тестовых вопросов в разделе различно, что обусловлено объемом изучаемого материала и ее трудоемкостью.

Формулировки вопросов построены по следующим основным принципам:

Выбрать верные варианты ответа.

В пункте приведены конкретные вопросы и варианты ответов. Студенту предлагается выбрать номер правильного ответа из предлагаемых вариантов. При этом следует учесть важное требование: в ответах к заданию обязательно должен быть верный ответ и он должен быть только один.

Студент должен выбрать верный ответ на поставленный вопрос и сверить его с правильным ответом, который дается в конце.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Критерии оценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов:

- знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности;

- масштабность, глубина и оригинальность суждений;

- аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений;

- умение вести дискуссию;

- умение отстаивать свое мнение;

- активность в обсуждении;

- общая культура и эрудиция.

Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недостаточный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном,

присутствует на отдельных этапах; 3 – критерий отражен полностью.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Отметка **«зачтено»** ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Отметка **«не зачтено»** ставится обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 28.09.2023	Абрегова Наталья Владимировна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.01.02 Коммуникационный менеджмент*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	9		Преддипломная практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
УК-3.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).			
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-3.3 Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата			
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды			
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Психология
УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата			
2	2		Психология
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий,			

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.			
2	2		Психология
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.			
2	2		Психология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
деловой переписки					
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ					
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
сферах.					
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде					
Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.					
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).					
Знать: системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.3 Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата					
Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: разрабатывать командную стратегию	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
достижения поставленной цели.					
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды					
Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач;- находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессион	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ального роста			пробелы		
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: - расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата					
Знать: основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: подвергать критическому анализу проделанную работу.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы



формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания

1. Один из основоположников теории менеджмента А. Файоль охарактеризовал функции управления следующим образом:

а) предвидеть;

б)организовать;

в) руководить;

г) наставлять;

д) координировать;

е) контролировать.

Какой пункт в этом списке лишний?

Деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой, путем реализации коммуникационной политики - это:

а) стратегия коммуникации;

б) коммуникационный менеджмент; в) коммуникационный аудит.

Какое понятие более общее:

а) коммуникационная политика;

б) коммуникационный менеджмент.

Верно ли, что коммуникационная политика включает в себя, в частности, планирование обратной связи?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Слухи относятся к:

а) формальной;

б) неформальной коммуникации в организации?

В практике коммуникационного менеджмента «хорошей» называется организация, которая:

а) предоставляет качественные товары и услуги по приемлемым ценам; б) ведет социально одобряемую деятельность;

в) верны оба варианта;

г) неверен ни один из вариантов.

В практике коммуникационного менеджмента «видимой» называется организация, которая:

а) производит товары и услуги, известные обществу;

б) демонстрирует общественности организационные ценности; в) верны оба варианта;

г) не верен ни один из вариантов.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит выработка общей коммуникативной стратегии фирмы?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит

участие в подготовке публичных мероприятий и заявлений, включая подготовку текстов выступлений, речей и докладов?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит информационное продвижение фирмы в целом и ее продукции, услуг, включая планирование и проведение конкретных кампаний и акций?

а) да, верно;



б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит поддержка и развитие отношений с органами власти?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входят связи с потребителями, клиентами и партнерами, в том числе - обеспечение эффективной обратной связи, позитивного восприятия фирмы и ее деятельности?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит формирование и продвижение позитивного привлекательного имиджа фирмы (институциональная корпоративная реклама)?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит донорская деятельность фирмы?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит поддержка добрых отношений с местным населением, включая благоустройство, защиту окружающей среды, обеспечение безопасности, разъяснение перспектив развития фирмы? а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит представительская деятельность?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит разъяснительная работа с персоналом фирмы относительно итогов и перспектив ее деятельности, проведение корпоративных акций, организация специальных образовательных проектов, программ и мероприятий?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит координация всех направлений PR-деятельности фирмы и ее подразделений?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Необходимый минимум работ для организации эффективных коммуникаций в организации включает в себя:

а) аналитические работы; б) медиарилейшнз;

в) планирование и прогнозирование;

г) аналитические работы и медиарилейшнз; д) аналитические работы и планирование; е) медиарилейшнз и планирование.

Выберите один вариант ответа.

Менеджер по коммуникациям осуществляет менеджмент:

а) экономического; б) культурного;

в) паблицитного капитала клиента.

Является ли компетентность формирования концепции одним из основных профессиональных требований к менеджеру по коммуникациям?

а) да, является;

б) нет, не является.

Интенсивная коммуникация, позволяющая за короткий срок приобрести большое число сторонников распространяемой идеи - это:



а) реклама;

б) пропаганда;

в) паблик рилейшнз.

Первым в истории управления коммуникациями взаимосвязь между положительными публикациями в прессе о фирме выявил:

а) Айви Ли; б) Э Бернайз; в) С Блэк;

г) Дж. Грюниг.

Организация PR должна включать в себя аналоги научно- исследовательских, конструкторско-технологических работ и управление - одна из основных идей: а) Айви Ли;

б) Э. Бернайза; в) С. Блэка;

г) Дж. Грюнига.

Однонаправленный поток информации, основная цель которого не слушание, а говорение

- это:

а) пропагандистская модель Дж. Грюнига; б) журналистская модель;

в) двусторонняя ассиметричная модель; г) двусторонняя симметричная модель.

Однонаправленный поток информации, направленный на массовую аудиторию посредством СМИ, цель которого проинформировать - это:

а) пропагандистская модель Дж. Грюнига; б) журналистская модель;

в) двусторонняя ассиметричная модель; г) двусторонняя симметричная модель.

Выбор целевой аудитории, изучение ее интересов и распространение на этой основе информации с применением технологии обратной связи - это:

а) пропагандистская модель Дж. Грюнига; б) журналистская модель;

в) двусторонняя ассиметричная модель; г) двусторонняя симметричная модель.

Распространение информации на целевые аудитории с целью достижения взаимопонимания - это:

а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;

б) журналистская модель;

в) двусторонняя ассиметричная модель; г) двусторонняя симметричная модель. Какое понятие является более общим:

а) коммуникационный менеджмент; б) связи с общественностью.

Верно ли, что манипулирование общественным мнением строится на базе диалогических информационных потоков?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что управление общественным мнением строится на базе монологических информационных потоков?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Управляемый диалогический информационный поток является: а) первичным;

б) вторичным;

в) равнозначным по отношению к монологическому информационному потоку. Для распространения монологических информационных потоков чаще всего используется:

а) телевидение;

б) печать;

в) Интернет.

Активная общественность является условием для реализации:

а) стратегии информирования; б) стратегии убеждения;

в) стратегии диалога;

г) стратегии формирования согласия.

В сфере антикризисных коммуникаций наиболее эффективной является: а) стратегия информирования;

б) стратегия убеждения; в) стратегия диалога;

г) стратегия формирования согласия.

Традиционно «слабым местом» любой организации считаются: а) восходящие коммуникации;

б) нисходящие коммуникации;

в) горизонтальные коммуникации.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают раннее объявление изменений даже в случае неполноты информации? а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают установление графика информирования?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают комментарии причин невозможности представления большей информации? а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают установление отрытого и коллективного процесса планирования на основе максимального участия тех, кого затрагивают эти изменения?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают прояснение полезности и схемы решений об изменениях?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают информирование персонала прежде, чем СМИ?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Приведите примеры организации информационной поддержки управленческих решений на предприятии, столько, сколько сможете.

При помощи каких коммуникационных событий можно объяснить персоналу финансовые результаты работы компании. Приведите примеры, столько, сколько сможете.

При помощи каких коммуникационных событий можно мобилизовать

ресурсы сотрудников и общественного мнения для решения корпоративных задач. Приведите примеры, столько сколько сможете.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является регулярное исследование отношения персонала к организации и менеджменту позволяет выявить проблемы до того, как они станут кризисом?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является последовательность и регулярность коммуникаций, сообщение как хороших, так и плохих новостей?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является персонификация коммуникаций, их личный характер?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является личное внимание топ-менеджмента к персоналу?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является искренность коммуникаций?

а) да, верно;

б) нет, не верно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является перспективная направленность коммуникаций?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является инновационность в выборе коммуникационных решений?

а) да, верно;

б) нет, не верно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является полицентризм и мультинаправленность коммуникаций?

а) да, верно;

б) нет, не верно.

По отношению к неформальной коммуникации в организации выделяется несколько

коммуникативных ролей:

а) «посыльные»;

б) «интерпретаторы; в)«скептики»;

г) «сторонники»; д) «противники»;

е) «принимающие решения». Какой пункт в этом списке лишний? Техническое обеспечение коммуникационных потоков - это:

а) начальный;

б) завершающий этап программы совершенствования организационных коммуникаций. Правильная расстановка фильтров на пути информационных потоков обеспечивает:

а) адресацию информации по конкретным получателям;

б) сортировку информации по степени важности для получателя;

в) предупреждение неверного декодирования полученной информации;

г) предупреждение информационных перегрузок участников коммуникационного процесса;

д) дозирование информации в зависимости от разрешенной степени доступа к ней сотрудников.

Какой пункт в этом списке лишний?

Процесс формулировки стратегии по этапам, с разъяснением роли каждого члена организации (каждого ее подразделения) - это:

а) стратегическое планирование;

б) стратегическое прогнозирование; в) стратегический аудит.

Существуют следующие виды стратегий:

а) прямая;

б) косвенная;

в) планируемая; г) воплощенная.

Какие два пункта являются лишними в этом списке?

Если корпорация преследует цель расширения объемов продаж, видов выпускаемой продукции, производственных мощностей, причем этот рост в процентном отношении должен превышать уровень роста ВНП и инфляцию, то применяется:

а) стратегия роста;

б) стратегия стабильности; в) стратегия обороны;

г) комбинированная стратегия.

На тех предприятиях, которые довольствуются существующим объемом производства (включая размер рынка, объем выпуска товаров и т. д.) и управление которыми направлено на поиск стабильного, прибыльного роста, эквивалентного росту ВНП или инфляции применяется:

а) стратегия роста;

б) стратегия стабильности; в) стратегия обороны;

г) комбинированная стратегия.

Компаниями, которые нельзя отнести к числу преуспевающих, с целью стабилизировать свое положения реагируя на сиюминутные изменения на рынке применяется:

а) стратегия роста;

б) стратегия стабильности; в) стратегия обороны;

г) комбинированная стратегия.

Сочетание различных стратегий по отношению к своим фирмам или подразделениям в

целом - это:

а) стратегия роста;

б) стратегия стабильности; в) стратегия обороны;

г) комбинированная стратегия.

В стратегическом планировании коммуникаций различают следующие основные группы целей:

а) цели выхода; б) цели влияния;

в) цели отношения.

Какой пункт в этом списке лишний?

Экспонирование сообщения, его понимание и удержание в памяти относится к: а) информационным целям;

б) целям отношения (установок); в) целям поведения.

Формирование взглядов на организацию и ее действия, их закрепление и изменение относится к:

а) информационным целям;

б) целям отношения (установок); в) целям поведения.

Такие цели, как повышение посещаемости мероприятий, проводимых фирмой, переубеждение группы протестующих против некоторых проектов фирмы от активных действий, относятся к:

а) информационным целям;

б) целям отношения (установок); в) целям поведения.

Приведите примеры информационных целей в стратегическом планировании, столько, сколько сможете.

Приведите примеры целей отношения в стратегическом планировании, столько, сколько сможете.

Приведите примеры целей поведения в стратегическом планировании, столько сколько сможете.

К более конкретным, низшим в целевой иерархии стратегического планирования целям



относятся:

а) цели влияния; б) цели выхода.

SWOT-анализ - это:

а) анализ альтернатив развития организации и выбор стратегии; б) анализ сообщений об организации в СМИ;

в) контент-анализ.

Какое описание точнее всего отражает состояние дел со стратегическим планированием в малом бизнесе по сравнению с крупным:

а) процесс формирования стратегии в малом бизнесе более формальный;

б) процесс формирования стратегии в малом бизнесе менее формальный, систематический и регулярный;

в) малый бизнес совсем не занимается стратегическим планированием. Аутсорсинг - это:

а) учет и мобилизация стратегических ресурсов организации;

б) передача отдельных информационно-коммуникативных функций сторонней организации;

в) выход готового информационного продукта пресс-службы организации. Общественное формирование, имеющее общие интересы и выражающие их в

общественной дискуссии - это:

а) субъект;

б) объект общественного мнения.

Явление, имеющее общественный интерес и предполагающее наличие нескольких точек зрения - это:

а) субъект;

б) объект общественного мнения.

Для общественного мнения характерны:

а) динамизм, постоянная изменчивость; б) консерватизм, следование традициям;

в) обе эти тенденции в общественном мнении равнозначны.

Верно ли, что общественное мнение нацелено в основном на то, чтобы подтвердить картину мира его потенциального субъекта:

а) да, верно;

б) нет, не верно.

Базовым уровнем детерминации общественного мнения является: а) уровень непосредственного отражения;

б) коммуникативный уровень;

в) субъектный (личностный) уровень детерминации общественного мнения.

Установки и стереотипы в большей степени действуют на: а) уровне непосредственного отражения;

б) коммуникативном уровне;

в) субъектном (личностном) уровне детерминации общественного мнения.

Для предварительного ознакомления с явлениями, которые предстоит

исследовать для более точного формулирования проблемы, а также, по возможности, для построения гипотезы предназначены:

а) поисковые;

б) описательные;

в) объяснительные коммуникологические исследования

Исследования, предназначенные для того, чтобы дать точное представление о некоторых явлениях, что также позволяет лучше сформулировать проблемы и гипотезы - это:

а) поисковые;

б) описательные;

в) объяснительные коммуникологические исследования.

Когда знаний о явлении достаточно, чтобы начать искать объяснение того, почему данное явление таково, каково оно есть, применяются:

а) поисковые;

б) описательные;

в) объяснительные коммуникологические исследования.

Метод сбора первичной социологической информации, основанный на визуальном и слуховом восприятии процессов и явлений и прямой их регистрации - это:

а) контент-анализ; б) наблюдение;

в) интервью.

Метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления и измерения социальных фактов и тенденций, отраженных этими документами - это:

а) контент-анализ; б) наблюдение;

в) интервью.

Один из основных видов опроса, использующий непосредственное социально-психологическое взаимодействие между исследователем и респондентом в соответствие с поставленной целью - это:

а) контент-анализ; б) наблюдение;

в) интервью.

Верно ли, что матричная структура отдела коммуникации характерна для коммуникационного менеджмента в бизнесе и промышленности?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Краткосрочные или непосредственные результаты конкретной программы или деятельности в области связей с общественностью - это:

а) итоги коммуникационной кампании;

б) результаты коммуникационной кампании.

Изменения мнения, отношения и поведения со стороны целевой аудитории, вызванные распространенными материалами, сообщениями - это:

а) итоги коммуникационной кампании;

б) результаты коммуникационной кампании.

Верно ли, что в задачи коммуникационного менеджмента в органах власти входит технологическое сопровождение (телефон, радио, компьютеры, космические спутники, Интернет и др.)?

а) да, верно;

б) нет, не верно.

Верно ли, что в задачи коммуникационного менеджмента в органах власти входит соблюдение стандартов электронного обмена: контроль за тем, чтобы программные информационные продукты были типовыми:

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что в задачи коммуникационного менеджмента в органах власти входит гарантирование коммуникационной безопасности:

а) да, верно;

б) нет, не верно.

Верно ли, что в задачи коммуникационного менеджмента в органах власти входит проведение целевых акций по электронно-информационному сопровождению определенных государственных проектов?

а) да, верно;

б) нет, не верно.

Верно ли, что в задачи коммуникационного менеджмента в органах власти входит соблюдение коммуникативной этичности и легитимности?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Деятельность органов государственной власти по эффективному выявлению специальных запросов респондентов, по поддержанию и улучшению благосостояния как граждан, так и общества в целом - это:

а) политический;

б) социальный маркетинг.

Специфическая профессиональная деятельность, предпринимаемая для создания, поддержания и изменения поведения общественности по отношению к государственным властным органам, политическим партиям, к демократическим институтам, к формированию гражданского общества - это:

а) политический;

б) социальный маркетинг.

Авиакатастрофы, порча продуктов, смерть ведущего руководителя, землетрясения, паника

- это примеры: а) неожиданных;

б) назревающих;

в) непрерывных кризисов.

Неудовлетворение работников и неблагоприятный моральный климат в коллективе - это примеры:

а) неожиданных; б) назревающих;

в) непрерывных кризисов.

Сплетни или спекуляции, сообщаемые средствами массовой информации или передающиеся из уст в уста - это примеры:

а) неожиданных; б) назревающих;

в) непрерывных кризисов.

К внешним источникам подбора персонала в организации относится: а) центры занятости;

б) ротация;

в) агентства по найму;

г) поиск кандидатов через СМИ.

Является ли экономическая эффективность одной из организационных ценностей, отражающихся в корпоративной культуре?

а) да, является;

б) нет, не является.

3) почасовая

4) сутки

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Коммуникация как структура (школа научного управления, школа человеческих от ношений, школа социальных систем)

2. Структура коммуникаций в организации

3. Коммуникация как элемент управленческой деятельности

4. Задачи и принципы коммуникационного менеджмента.

5. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.

6. Этапы коммуникации

7. Система внешних коммуникаций организации.

8. Особенности коммуникационного менеджмента при работе с персоналом организа-

ции

9. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.

10. Особенности проведения информационных кампаний

11. Коммуникационный менеджмент в стратегическом управлении организацией

12. Виды межличностной коммуникации

13. Этапы процесса межличностной коммуникации

14. Механизмы понимания людьми друг друга в межличностной коммуникации

15. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации

16. Работа с персоналом в кризисных ситуациях

17. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.

18. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.

19. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов

20. Особенности коммуникационного менеджмента в диффузной группе, конгломерате, толпе, кооперации, корпорации и коллективе

21. Особенности коммуникационного менеджмента в группах различной численности: диаде, триаде, из 4-х, 5-и и более человек

22. Понятие о коммуникационных сетях

23. Основные понятия массовой коммуникации: коммуникативный резонанс, лидеры мнений, устойчивые формы коммуникативного управления.

24. Методы манипуляции общественным сознанием через СМИ.

25. Понятие об информационной войне.

26. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами

27. Коммуникационный менеджмент в работе с общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.

28. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм

29. Развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях.

30. Предварительный анализ исходной и желаемой ситуации, анализ возможностей и рисков.

31. Технология планирование работ.

32. Стратегическое планирование и тактическое распределение мероприятий и инструментов.

33. Планирование сроков и определение бюджета коммуникаций. Реализация коммуникационной политики.

34. Техника проведения коммуникационной политики

35. Контроль успеха и измерение результатов коммуникационной политики

36. Назначение, структура и состав отдела со связями с общественностью

37. Организация текущей работы отдела по связям с общественностью

38. Основные знания и умения специалиста в сфере PR.

39. Особенности коммуникационного менеджмента в корпоративных культурах разных стран

40. Учет национальных особенностей менталитета представителей разных стран в коммуникационном менеджменте

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих



автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по

национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.02.01 Тренинг делового общения*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
5	5		Организация продвижения продукции
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;					
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
учетом результатов социологических исследований					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания
Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах нагосударственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового характера,	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
оформлять необходимую документацию по реализации договора.					
Владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.					
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа
Уметь: вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка					
Уметь: - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.					
Знать: этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос
Уметь: осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные тестовые задания

· Что является главным стилеобразующим фактором в системе стилей русского языка?

· речевая организация языка;

· сфера общественной деятельности;

· уровень развития общества.

· В чем заключаются общие экстралингвистические и собственно языковые черты официально-делового стиля (3)?

· выразительность изложения;

· точность изложения;

· стереотипность изложения;

· разнообразие речевых средств;

· долженствующе-предписующий характер изложения.

· Какая форма изложения наиболее характерна для официально-делового стиля?

· письменная;

· устная;

· устная и письменная.

· Назовите функциональные области, выделяемые в речеобразовании:

· дедукция;

· респирация;

· фонация;

· дикция;

· артикуляция;

· редукция.

· Какая именно речеобразовательная область обеспечивается дыхательным аппаратом?

· дедукция;

· респирация;

· фонация;

· дикция;

· артикуляция;

· редукция.

· Какая именно речеобразовательная область обеспечивается произносительным аппаратом?

· дедукция;

· респирация;

· фонация;

· дикция;

· артикуляция;

· редукция.

· Чем характеризуется письменная форма речевой деятельности?

· большой сознательностью в плане оформления мысли;

· богатством интонационного оформления;

· специфическим набором речевых средств;

· полнотой и развернутостью мысли;

· отсутствием полного интонационного оформления.

Примерные вопросы к зачету

1. Речь внешняя и внутренняя.
2. Речевое действие.
3. Результат речевого действия (обратная связь).
4. Средства общения.
5. Официально-деловой стиль в системе стилей русского языка.
6. Виды речевой деятельности.
7. Виды речевого общения.
8. Произносительный аппарат человека.
9. Процесс речеобразования.
10. Содержание процесса чтения.
11. Недостатки традиционного чтения.
12. Способы чтения.
13. Слушание и его недостатки.
14. Факторы, определяющие эффективность слушания.
15. Средства, улучшающие навык слушания.
16. Речевые тактики в монологической речи.
17. Речевые тактики в диалогическом общении (в официально-деловой сфере).

18. Основные типы коммуникабельности людей.
19. Эго-состояния и их реализация в трансактах.
20. Речевой этикет.
21. Этические нормы.
22. Этикетное общение.
23. Правила письменного речевого этикета.
24. Этика устной речи.
25. Этика слушания. Правила для слушающего
26. Невербальные средства общения. Дистанция. Мимика. Жесты.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к контрольной работе

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т.д.

При оценке контрольной работы преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной работы;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствие с требованиями;

- автор защитил контрольную работу и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние,

систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к выполнению тестового задания

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма – наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил;

- открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»);

- установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Цель тестовых заданий – заблаговременное ознакомление магистров факультета аграрных технологий с теорией изучаемой темы по курсу и ее закрепление.

Тесты сгруппированы по темам. Количество тестовых вопросов в разделе различно, что обусловлено объемом изучаемого материала и ее трудоемкостью.

Формулировки вопросов построены по следующим основным принципам:



Выбрать верные варианты ответа.

В пункте приведены конкретные вопросы и варианты ответов. Студенту предлагается выбрать номер правильного ответа из предлагаемых вариантов. При этом следует учесть важное требование: в ответах к заданию обязательно должен быть верный ответ и он должен быть только один.

Студент должен выбрать верный ответ на поставленный вопрос и сверить его с правильным ответом, который дается в конце.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается



существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Критерии оценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов:

- знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности;

- масштабность, глубина и оригинальность суждений;

- аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений;

- умение вести дискуссию;

- умение отстаивать свое мнение;

- активность в обсуждении;

- общая культура и эрудиция.

Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недостаточный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном, присутствует на отдельных этапах; 3 – критерий отражен полностью.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Отметка **«зачтено»** ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Отметка **«не зачтено»** ставится обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки



при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 28.09.2023	Абрегова Наталья Владимировна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.02.02 Тренинг ораторского искусства*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
5	5		Организация продвижения продукции
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, вопросы к зачету

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;					
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации ком муникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и инф ормационно-комм уникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании ком муникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем комму никационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационны х задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем комму никационных кампаний и мероприятий с	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
учетом результатов социологических исследований					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания и др.
Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах нагосударственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового характера,	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
оформлять необходимую документацию по реализации договора.					
Владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, вопросы к зачету и др.

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.					
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа
Уметь: вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Вопросы к зачету и др.



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка					
Уметь: - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официальные-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.					
Знать: этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, вопросы к зачету и др.
Уметь: осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы к зачету

1. Ораторское искусство: основные подходы к определению сущности, целей и принципов.
2. Основные этапы развития ораторского искусства.
3. Ораторское искусство в Средние века.
4. Ораторское искусство в 16-18 вв.
5. Ораторское искусство в России: основные этапы.
6. Способы речевого воздействия.
7. Факторы, правила и приемы речевого воздействия.
8. Понятия коммуникативная грамотность, коммуникативные барьеры.
9. Эффективность коммуникации: средства оценивания эффективности.
10. Коммуникативное равновесие.
11. Вербальное речевое воздействие: основные факторы.
12. Невербальное речевое воздействие: основные факторы.
13. Принципы соотношения вербального и невербального речевого воздействия.
14. Национальная специфика невербальной коммуникации.
15. Правила подготовки публичного выступления.
16. Виды публичных выступлений.
17. Основные требования к публичному выступлению.
18. Речевая форма публичного выступления: способы подготовки.
19. Работа над композицией публичного выступления.
20. Поведение оратора в аудитории: основные требования, возможные помехи и способы их преодоления.
21. Речевые тактики в монологической речи.
22. Речевые тактики в диалогическом общении (в официально-деловой сфере).
23. Способы поддержания внимания аудитории.
24. Особенности завершения публичного выступления.
25. Правила эффективной аргументации.
26. Виды информационных выступлений.
27. Особенности рекламного выступления.
28. Правила рассказа о событии.
29. Виды протокольно-этикетных выступлений.
30. Основные особенности развлекательных выступлений.
31. Особенности убеждающего выступления.
32. Риторика порицания и одобрения.
33. Виды публичных дискуссий.
34. Классификация споров. Приемы (уловки) в споре.
35. Особенности проведения дебатов: основные требования.
36. Виды упражнений для совершенствования речевого имиджа оратора.
37. Виды упражнений для совершенствования общего имиджа оратора.
38. Речевой этикет.
39. Этические нормы.

40. Этикетное общение.

Примерные темы контрольных работ

1. Сущность и компоненты публичного выступления. Характеристика публичной речи.

2. Эффективность деловой коммуникации. Виды публичных выступлений.

3. Аргументация и структура выступления.

4. Цель и ключевая идея выступления.

5. Этапы подготовки выступления.

6. Визуализация выступления.

7. Деловое общение как наука и искусство.

8. Этикет делового общения. Формы и правила речевого этикета.

9. Виды публичных выступлений. Подготовка к публичному выступлению.

10. Формальные и содержательные особенности публичной речи.

11. Коммуникативные барьеры в общении.

12. Особенности публичного выступления.

13. Современные теории конфликтов.

14. Виды конфликтов и способы их разрешения.

15. Ошибки восприятия и пути их преодоления.

16. Проблема самоподачи в деловых отношениях.

17. Имидж. Основные принципы самопрезентации.

18. Стратегия составления самопрезентации.

19. Слагаемые эффективности речи делового человека.

20. Национальные особенности вербальной и невербальной коммуникации.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к контрольной работе

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.



Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т.д.

При оценке контрольной работы преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной работы;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствие с требованиями;

- автор защитил контрольную работу и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к выполнению тестового задания

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма – наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил;

- открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»);

- установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Цель тестовых заданий – заблаговременное ознакомление магистров факультета аграрных технологий с теорией изучаемой темы по курсу и ее закрепление.

Тесты сгруппированы по темам. Количество тестовых вопросов в разделе различно, что обусловлено объемом изучаемого материала и ее трудоемкостью.

Формулировки вопросов построены по следующим основным принципам:

Выбрать верные варианты ответа.

В пункте приведены конкретные вопросы и варианты ответов. Студенту предлагается выбрать номер правильного ответа из предлагаемых вариантов. При этом следует учесть важное требование: в ответах к заданию обязательно должен быть верный ответ и он должен быть только один.

Студент должен выбрать верный ответ на поставленный вопрос и сверить его с правильным ответом, который дается в конце.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.



Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Критерии оценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов:

- знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности;

- масштабность, глубина и оригинальность суждений;

- аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений;

- умение вести дискуссию;

- умение отстаивать свое мнение;

- активность в обсуждении;



- общая культура и эрудиция.

Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недостаточный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном, присутствует на отдельных этапах; 3 – критерий отражен полностью.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Отметка **«зачтено»** ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Отметка **«не зачтено»** ставится обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 01.10.2023	Абрегова Наталья Владимировна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 18.10.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 18.10.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.03.01 Брендинг территории*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Антикризисный PR
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Внутрикорпоративный PR
7	8		Имиджелогия
7	8		Медиарилейшнз
6	7		Медиакарта региона
6	7		Брендинг территории
67	678		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	56		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время			
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
3	3		Экология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3	4		Основы бережливого производства

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации					
Знать: технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов					
Владеть: навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью					
Знать: способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Уметь: Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
Знать: правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений					
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения- соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера- навыками	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
применения современного инструментария для решения экономических задач					
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время					
Знать: основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: определять круг задач в рамках профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
процессов, и явлений.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1.Сущность и разновидности территориального маркетинга.

2.Стратегии маркетинга территорий.

3.Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления.

4.Сущность отдельных средств (инструментов) территориального маркетинга: территориальный продукт, цена территориального продукта, локализация территориального продукта, продвижение территориального продукта.

5.Маркетинговые среды территории: внутренняя и внешняя.

6. Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге

7.Основные понятия в брендинге и территориальном брендинге, основные определения. Особенности и отличия территориального брендинга от корпоративного брендинга.

8.Основные виды брендинга территорий: городской, региональный, страновой и национальный брендинг.

9.Направления брендинга территорий: туристический, глобальный брендинг.

10. Основные инструменты территориального брендинга в сфере B2B и B2C.

11. Методология брендинга территорий, вовлечение жителей территории и формирование лояльности населения к бренду.

12. Народные конкурсы, проблема экспертной оценки результатов конкурсов в России.

13. Форсайт технологии.

14. Инструменты и этапы разработки и механизмы внедрения бренда в городскую среду и коммуникации.

15. Продвижение бренда.

16. Концепция позиционирования территории.

17. Процесс позиционирования туристской дестинации, его содержание и этапы

18. Подходы к имиджу территориально-государственных образований: геополитический, маркетинговый, брендинговый, имиджевый.

19. Анализ конкретной модели на примере зарубежных стран.



20. Особенности управления территориальным брендом.

21. Основные стратегии и функции ребрендинга территории, изменение представлений и имиджа территории.

22. Ребрендинг Амстердама.

23. Качественное улучшение брендов (Тайвань, Сингапур, Италия, Хорватия, Франция, Мальдивы, Перу, Болгария)

24. Туристический брендинг стран как инструмент привлечения туристов, идентификация стран в современных коммуникациях (интернет, тв реклама).

25. Работа с рациональными и иррациональными (эмоциональными) каналами коммуникаций в туристическом брендинге.

26. Работа с местными достопримечательностями.

27. Городской, экологический, пляжный, событийный туризм.

28. Территориальный бренд как инструмент инвестиционной привлекательности и бизнес коммуникаций территории.

29. Международные деловые мероприятия и форумы.

30. Глобальный бренд Australia unlimited.

Тестовые задания

1. Что такое территориальный маркетинг?

а) Это инструменты продвижения и спонсорства для повышения известности и улучшения имиджа территории;

б) Это стратегия, нацеленная на привлечение на территорию людей конкретных видов занятий, определенного уровня квалификации;

в) Это маркетинговая функция, выполнение которой возложено на администрацию территории или предприятия, которое проводит территориальный маркетинг;

г) Это философия, передовая идея, ориентированная на потребности целевых групп покупателей товаров и услуг территории;

д) Это совокупность мероприятий направленных на создание и утверждение в сознании населения предпочтения данной территории для проживания и самореализации.

2. К числу основных субъектов маркетинга относятся:

а) производители продукта (товаров, работ, услуг и т.д.); б) органы государственного управления;

в) средства массовой информации;

г) посреднические предприятия и организации;

д) различные сферы экономики (торговля, промышленность и т.д.)

3. Каковы основные объекты маркетинга территорий?

а) Товарная политика, маркетинговые коммуникации, ценовая политика; б) Города, муниципальные образования;

в) Товары и услуги, производимые фирмами, расположенными на территории; г) Сбыт на различных территориях;

д) Страна, регионы, более локальные места.

4. Спрос, характеризующий объем продаж за определенный период в определенных условиях внешней среды, при определенном уровне использования инструментов маркетинга хозяйствующими субъектами и органами управления территорией называется:

а) нестимулированным; б) рыночным;

в) текущим рыночным; г) первичным;

д) абсолютным.

5. Чем отличается маркетинг имиджа территории от маркетинга ее привлекательности?

а) Маркетинг привлекательности популяризирует особые черты, гарантирующие преимущества в соперничестве территорий;

б) Это одно и то же;

в) Маркетинг имиджа пропагандирует уже созданные преимущества территории;

г) Маркетинг имиджа территории требует больших усилий и затрат в сравнении с маркетингом ее привлекательности.

6. Какие аргументы использует маркетинг для характеристики уровня функционирования территорий?

а) Количество приезжающих туристов и стоимостный объем оказываемых им услуг;

б) Потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, благоустройства;

в) Потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, систем благоустройства и общего образования;

г) Состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры.

7. Какие аргументы использует маркетинг для характеристики развития территории?

а) Состояние и эксплуатация жилого фонда, дорог, благоустройства, коммунальных услуг;

б) Выставочная, ярмарочная активность;

в) Состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры, инвестиций;

г) Динамика внутренних и внешних инвестиций.

8. Имидж страны - это:

а) Совокупность значений международных рейтингов страны в политических, экономических и социальных отношениях.

б) Совокупность эмоциональных и рациональных представлений о стране.

в) Преимущественно эмоциональные представления о стране, базирующиеся на собственном опыте и мнениях других людей.

г) Совокупность черт, популяризируемых страной в отношениях с другими странами.

9. Определите ведущий фактор инвестиционной привлекательности страны?

а) Динамика валового национального продукта и имеющихся внешних инвестиций. б) Уровень развития рыночной инфраструктуры.

в) Динамика валового внутреннего продукта и внутренних инвестиций. г) Политическая ориентация.

10. Каковы первоочередные функции государства по развитию конкурентоспособности страны?

а) Обеспечение процедур контроля качества товаров и услуг.

б) Инвестирование в создание факторов развития и улучшение качества внутреннего спроса.

в) Содействие внешнеэкономической активности национальных фирм.

г) Препятствование иностранным конкурентам отечественных производителей.

11. Каковы ведущие компоненты странового риск-рейтинга?

а) Наличие в стране собственных капиталов резидентов и производительность

б) Бюрократические барьеры и транспортные возможности. в) Опасность денационализации средств производства.

г) Политическая стабильность и экономический рост.

12. К факторным условиям, характеризующим конкурентное преимущество страны (по М. Портеру) относятся:

а) Развитие объема спроса.

б) Внутриотраслевая конкуренция.

в) Научно-информационный потенциал. г) Менеджмент фирм.

13. Методика оценки эффективности брендовой коммуникации ROBI заключается в:

а) Выявлении разницы в цене между брендами и аналогичными небрендовыми товарами;

б) Проведении комплекса количественных и качественных замеров, базирующихся на критериях возврата инвестиций;

в) Оценке вклада марки в настоящий и будущий бизнес на основе анализа будущих

наличных поступлений.

14. Элемент фирменного стиля, представляющий собой оригинальное начертание наименование рекламодателя называется

а) Слоган;

б) Логотип;

в) Упаковка.

15. Концепция уникального торгового предложения была сформулирована:

а) Р. Ривсом;

б) С.М. Дэвисом;

в) Д. Огилви.

16. Ложными марками называются

а) Марки, не ставшие брендами;

б) Марки, чьё наименование и графические символы могут привести к заблуждению о происхождении и свойствах товара;

в) Марки, «растянутые» на широкую ассортиментную группу товаров.

17. Какой фактор **не** входит в систему «7 P’s»

а) Промоушн;

б) Конкуренты;

в) Товар.

18. Как с точки зрения марочной стратегии называется сегмент рынка, включающий потребителей, «поверивших в марку» и ставших активом компании:

а) Лоялисты;

б) Стабильные;

в) Свободные.

19. Укажите основное отличие идеи бренда от рекламной идеи

а) Уникальность;

б) Постоянство;

в) Запоминаемость.

20. Правило брендинга, сформулированное Э.и Л. Райс, утверждает, что чрезмерное расширение приводит к

а) Росту его силы;

б) Снижению его силы;

в) Не оказывает существенного влияния на силу бренда.

21. Соотнесите название бренда с соответствующим подходом.

а) British Airways 1)Описательный

б)Kodak 2) Ассоциативный

в) МТС 3) Абстрактный

г)Orange

д) Простоквашино

22. Миссия бренда - это

а) Понимание бренда, основанное на осознанных и неосознанных нуждах потребителей;

б) Заявление, указывающее на способы реализации нужд потребителей;

в) Принципы, лежащие в основе корпоративных взаимоотношений с работниками, клиентами, СМИ, передающие идейную сущность бренда.

Вопросы к экзамену

1. Сущность, цели и задачи маркетинга территорий

2. Субъекты маркетинга территорий, их интересы и цели

3. Инструменты маркетинга территорий

4. Позиционирование территории. Элементы комплекса маркетинга территории

5. Стратегические направления и мероприятия маркетинга территорий

6. Введение в теорию брендинга территорий

7. Основные понятия брендинга территорий.

8. Брендинг как процесс управления брендом.

9. Основные этапы брендинга территорий.

10. Целевые аудитории территориально бренда.

11. Отличие брендинга территорий от маркетинга территорий.

12. Виды брендов территории.

13. Предпосылки возникновения территориальных брендов.

14. Шестиугольник национальных брендов С.Анхольта.

15. Брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места.

16. Архитектура и атрибуты бренда

17. Брендинг города как места, привлекательного для проживания

18. Брендинг города и внутренние инвестиции

19. Роль бренда в привлечении инвестиций

20. Брендинг города и «взгляд туриста»

21. Городские «носители картинки»

22. Городское бренд-партнерство

23. Принципы эффективного партнерства

24. Брендинг городов и вовлечение стейкхолдеров

25. Брендинг городов через призму культуры питания

26. Общественная дипломатия и социальные медиа.

27. Роль киноиндустрии в формировании бренда города.

28. Организационная основа брендинга: управление брендом.

29. Продвижение бренда: прямая и косвенная коммуникация.

30. Региональный бренд и отношения с федеральными властями.

31. Удачный бренд и социальная стабильность в регионе.

32. Бренд как стратегический план развития территории.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата
Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критериоцениванияреферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.

«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

– связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

– справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

– систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

– закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена:	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает

рительно»	существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.03.02 Медиакарта региона*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Антикризисный PR
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Внутрикорпоративный PR
7	8		Имиджелогия
7	8		Медиарилейшнз
6	7		Медиакарта региона
6	7		Брендинг территории
67	678		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	56		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время			
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
3	3		Экология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3	4		Основы бережливого производства

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации					
Знать: технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной ком муникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственным и органами, общественными	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов					
Владеть: навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью					
Знать: способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Уметь: Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
Знать: правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений					
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения- соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера- навыками	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
применения современного инструментария для решения экономических задач					
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время					
Знать: основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: определять круг задач в рамках профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
процессов, и явлений.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Понятие информации.

2. Основные этапы информатизации общества.

3. Структура универсума информации.

4. Социальная информация и ее особенности.

5. Понятие и особенности научной информации.

6. Научная информация и научные знания.

7. Документ как форма представления информации.

8. Издания и их классификация.

9. Типология издательской продукции.

10. Структура документа, его внутренние и внешние элементы (на примере книги и др.).

11. Научно-справочный аппарат к тексту документа.

12. Формы представления научной информации.

13. Определение библиографии. Библиография как общественное явление.

14. Библиографическая информация и ее формы.

15. Библиографическая запись и ее элементы.

16. Библиографическое описание и его виды.

17. Типы библиографических пособий.

18. Государственная система научно-технической информации и её структура.

19. Российская книжная палата, ее деятельность. Издания РКП.

20. Всероссийский институт научной и технической информации, ее деятельность. Издания ВИНИТИ.

21. Институт научной информации по общественным наукам, его деятельность. Издания ИНИОН.

22. Научная библиотека вуза и ее библиографическая деятельность.

23. Основные библиографические пособия по социальным и гуманитарным наукам.

24. Система каталогов и картотек библиотеки.

25. Информационный поиск и его критерии.

26. Виды информационного поиска.

27. Этапы информационного поиска

Вопросы к экзамену

1. Понятие медиакарты.

2. Составляющие медиакарты.

3. Создание медиакарты как базовый блок работы в PR.

4. Медиакарта как средство оптимизации коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью.

5. Современное состояние массмедийного пространства города.

6. Печатные СМИ региона.

7. Виды печатных СМИ.

8. Информационные агентства региона.

9. Электронные СМИ региона.

10. Мониторинг массмедиа региона.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений

и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата
Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи



экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена: **:**	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.04.01 Проектный практикум*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время			
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
3	3		Экология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3	4		Основы бережливого производства

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ					
Знать: основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь:	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные,	Сформированные	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;			допускаются небольшие ошибки	умения	
Владеть: навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании ком	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
муникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий					
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
решения профессиональных задач.					
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
сопровождению объектов профессиональной деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.					
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения- соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера- навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время					
Знать: основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: определять круг задач в рамках профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения,					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля

1. Проект. Типология проектов. Основные характеристики проектной деятельности.

2. Проект как совокупность различных видов деятельности. Формулирование цели и задачи проекта

3. Миссия, цели, сценарии и стратегии развития проекта.

4. Ведение деловых переговоров в контексте разработки проектов.

5. Порядок формирования, технология и оформление паспорта проекта, дорожной карты проекта, тактический план проекта.

6. Ценности, принципы и инструменты бережливого производства.

7. Понятие стандартизированной работы.

8. Понятие и сущность командообразования.

9. Функционально-ролевое распределение в команде.

10. Методика разработки сопроводительной документации.

Разработать проект «Продвижение услуг турфирмы (гостиницы, ресторана) ».

Цель проекта **–** формирование современного конкурентоспособного коммуникационного продукта, популяризирующего работу предприятия сферы сервиса Республики Адыгея»:

Критерии оценки знаний на зачете

1. Содержательность выполнения и перспективность проекта:

- актуальность проблемы проектного исследования *(1 балл)*;

- интегративность проекта (междисциплинарные связи, мульпрофильный характер) (*1 балл*);

- логика исследования в соответствии с тактическим планом реализации проекта *(1 балл)*;

- уровень воплощения проектной идеи (*1 балл*);

- практическая значимость результатов *(1 балл)*. *Максимальный балл -5.*

2. Способность работать в группе:

- самостоятельность работы участников группы *(1 балл)*;

- наличие элементов творчества в процессе работы над проектом *(1 балл)*;

- степень личного участия в работе группы *(1 балл)*;

- степень вовлеченности в групповую работу *(1 балл)*;

- результативность работы в группе *(1 балл)*. *Максимальный балл -5.*

3. Презентация проекта:

- соблюдение регламента презентации *(1 балл)*;

- качественность и техника исполнения презентации *(1 балл)*;

- дизайн и хронология презентации *(1 балл)*;

- лаконичность и емкость презентации *(1 балл)*;

- ответы на дополнительные вопросы *(1 балл)*. *Максимальный балл -5.*

Шкала оценивания для принятия зачета по дисциплине «Проектный практикум»

Оценка	Количество баллов в проектной группе
Не зачтено	0-7
Зачтено	8-15

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.

«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить



соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.04.02 Маркетинговые технологии проектного бизнеса*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
3	3		Экология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время			
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ					
Знать: основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
продукции СМИ;					
Уметь: разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий					
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
методы оценки разных способов решения профессиональных задач.					
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.					
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения- соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера- навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время					
Знать: основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: определять круг задач в рамках профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения современного инструментария для решения экономических	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
задач					
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

1. Опишите этапы процесса маркетинговых исследований в нужной последовательности.

2. Дайте классификацию методов качественных исследований и опишите эти методы.

3. Назовите основные методы выборки (способы отбора респондентов для опроса). Каковы их достоинства и недостатки.

4. Сегментирование, таргетирование, позиционирование.

5. Аналитические инструменты маркетинга.

6. Определение бренда. Элементы бренда. Особенности элементов для компаний малого бизнеса.

7. Маркетинговые стратегии в современной конкурентной среде.

8. Сформулируйте определение бренда. Опишите колесо бренда.

9. Определение маркетинговой коммуникации. Схема коммуникационного процесса.

10. Что такое интернет-маркетинг? Что он в себя включает?

11. Social media marketing. Что такое социальные сети, и как их использовать в продвижение продукта?

12. Что такое интернет-реклама?

13. Типы организационной структуры управления маркетингом.

14. Факторы, влияющие на поведение потребителей.

15. Этапы принятия решения о покупке.

16. Распределение ролей в процессе принятия решения о покупке

17. Напишите классификацию промышленных товаров и услуг и дайте краткую характеристику каждой категории.

18. Назовите 4 ключевых аспекта в применении маркетинговой концепции на рынке B2B.

19. Какой инструмент продвижения, на Ваш взгляд, наиболее эффективен на рынке B2B?

20. Перечислите преимущества и недостатки нулевого канала распределения.

21. Перечислите элементы системы товародвижения.

22. Назовите 2 уровня интеграции каналов распределения, приведите примеры.

23. Перечислите формы организации международной деятельности и дайте их характеристику.

24. Какая форма организации международной деятельности наиболее эффективна для компаний малого бизнеса.

25. Маркетинговые коммуникации (определение). Модель коммуникационного процесса. Основные тренды маркетинговых коммуникаций.

26. Цели маркетинговых коммуникаций. Особенности инструментов маркетинговых коммуникаций (реклама, стимулирование, личные продажи, связи с общественностью).

27. Инструменты коммуникаций (реклама, стимулирование сбыта) и их особенности.

28. Перечислите элементы комплекса маркетинга (внешние и внутренние). Дайте краткую характеристику элементов.

29. Маркетинговые стратегии охвата рынка.

30. Перечислите принципы сегментирования. Дайте им краткую характеристику.

Примерная тематика докладов

1. Взаимосвязь маркетинговой деятельности и успеха предприятия.

2. Функции маркетинговых коммуникаций.

3. Информационная составляющая в исследовании рынка.

4. Инструменты оперативного управления проектами.

5. Первичные источники информации, методы их выявления.

6. Российские фирмы и маркетинговая деятельность: примеры успешных и провальных маркетинговых политик.

7. Ключевые факторы успеха фирмы, основные принципы их определения.

8. Разработка системы позиционирования и рыночного продвижения товарных марок, создание бренда и управление брендом.

9. Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по

дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка **«зачтено»** ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Оценка **«незачтено»** ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.05.01 Интернет-маркетинг*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мерчандайзинг
8	8		Мотивация в рекламе
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	910		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;					
Владеть: навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
Знать: способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
задач					
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере					
Знать: основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью					
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; вза	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
имодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности					
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах					
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: применять	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;			небольшие ошибки		
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный перечень тем рефератов:

1. Интернет маркетинг в деятельности торгового предприятия.

2. Интернет-реклама в деятельности компании.

3. Мобильные технологии контент-провайдеров в политике продвижения товаров крупных компаний.

4. Оценка эффективности рекламных кампаний в Интернет

5. Стратегическое управление маркетинговыми интернет-коммуникациями.

6. Интернет как инструмент маркетинговых коммуникаций.

7. Интернет-реклама как эффективный способ привлечения клиента.

8. Технологии продвижения интернет-компаний в Instagram.

9. Влияние современных Интернет-технологий на результаты деятельности компании.

10. Преимущества соцсетей для маркетинговых коммуникаций компаний

11. Применение интернет-маркетинга в ритейле

12. Разработка мероприятий Интернет-маркетинга

13. Анализ состояния и тенденций развития электронной торговли международного товарного рынка (на примере конкретного товарного рынка).

14. Анализ потребительских предпочтений с применением интернет-технологий (на примере конкретного рынка товаров или услуг).

15. Применение маркетинговых технологий в электронной торговле.

16. Формирование коммуникационной политики с применением методов интернетмаркетинга (на примере конкретного предприятия).

17. Использование инструментов интернет-маркетинга в брендинге.

18. Влияние SMM на потребительское решение

19. Влияние продвижения в Instagram на осведомленность потребителей о продукте.

20. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет.

21. Стратегическое интернет-планирование и оценка трафика.

22. Бюджет и эффективность мероприятий Интернет маркетинга.

23. Поисковая оптимизация сайтов и оценка ее эффективности

24. Рекламная кампания в сети Интернет и оценка ее эффективности

25. Место и роль мероприятий Интернет-маркетинга в рекламной деятельности российских и иностранных предприятий

26. Стратегии разработки и ведения контекстной / медийной / медийно-контекстной рекламной кампании.

27. Вирусный маркетинг в сети интернет

28. Партизанский маркетинг в сети интернет

29. Техники SEO-продвижения в интернет-маркетинге.

30. Системы экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность торговых структур в сети интернет.

Тестовые задания:

Задание № 1. Наиболее популярным видом деятельности совершеннолетних пользователей Интернет является…

ответ:

1. поиск информации в поисковых системах

2. посещение развлекательных ресурсов

3. проведение банковских операций

4. совершение покупок в виртуальных магазинах

Задание № 2. Несущественным психографическим признаком сегментации пользователей Интернет можно считать такой признак как

ответ:

1. склонность к риску

2. увлечения пользователя

3. стиль жизни

4. принадлежность к социальному классу

Задание № 3. К основным преимуществам электронной коммерции для покупателя не относят

ответ:

1. более низкий уровень цен товаров

2. экономию времени

3. наличие прямого контакта

4. возможность быстрого просмотра большого числа товаров

Задание № 4. К методам исследования потребителей в Интернет не относят

ответ:

1. интернет-банкинг

2. анкетирование посетителей web-сервера

3. опрос с улучшенными показателями возврата

4. проведение опросов в телеконференциях

Задание № 5. Среди решающих факторов конкурентной борьбы в Интернете не рассматривают такой фактор как

ответ:

1. цена продукта

2. качество обслуживания

3. широту ассортимента

4. сервис

Задание № 6. В перечень информационно-маркетинговых услуг не входят

ответ:

1. Интернет-магазины

2. информационно-аналитические альманахи

3. маркетинговые обзоры

4. экспортно-импортные сводки

Задание № 7. К основным методам рекламирования в Интернете не относят

ответ:

1. анкетирование посетителей web-сервера

2. размещение ссылок в «желтых страницах»

3. периодическую рассылку сообщений заинтересованным лицам по электронной почте

4. размещение бесплатных ссылок на сервер в web-каталогах

Задание № 8. Низкий возврат данных, как способа связи с аудиторией, характерен для

ответ:

1. электронной почты

2. телефона

3. личной продажи

4. пресс-конференции

Задание № 9. К моделям глобальной коммуникации не принято относить

ответ:

1. средства мультимедиа

2. e-mail-маркетинг

3. онлайн-издания

4. электронную коммерцию

Задание № 10. В рамках регулирования электронной коммерции многие государства практикуют

ответ:

1. жесткое лицензирование

2. таможенные пошлины

3. экспортные субсидии

4. квотирование

Перечень вопросов к зачету:

1. Определение интернет-маркетинга как части маркетинга. Основные элементы и особенности.

2. Место интернет-маркетинга в структуре современного маркетинга. Основные концепции.

3. Закономерности и особенности развития интернет-маркетинга в условиях цифровизации экономики.

4. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в сети интернет.

5. Основные инструменты интернет-маркетинга. 6. Исследование и ориентация на потребности клиента в интернет-маркетинге.

7. Охарактеризуйте работу с целевой аудиторией в интернете.

8. Охарактеризуйте четкое и нечеткое позиционирование в сети интернет, особенности дифференциации по видам и масштабу деятельности и типам рынков.

9. Понятие целевой аудитории. Принципы удержания и наращивания аудитории. Примеры якорных сервисов. Ключевые ошибки.

10. Предназначение, состав и специфика отчетов TNS и Гэллоп Медиа для оценки размера и состава целевой аудитории в интернете

11. Как и с какой целью проводят поиск свободных ниш в сети интернет?

12. Приведите примеры успешного позиционирования товара / бренда / торговой структуры в сети интернет.

13. Основные подходы к дизайну и usability сайта

14. Ценообразование товаров и услуг в Интернете. Политика ценообразования с низкой и высокой маржой.

15. Медийная реклама. Баннеры. Параметры эффективности.

16. Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.

17. Охарактеризуйте вирусное продвижение проектов. Примеры удачных вирусов.

18. Охарактеризуйте поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.

19. Прямой интернет-маркетинг. Основные методы и критерии эффективности.

20. Что такое «закупка новостного трафика»? Укажите источники, критерии эффективности.

21. Контекстная реклама: понятие, преимущества и недостатки, источники, критерии эффективности.

22. Принципы и критерии участия интернет-магазинов в работе маркетплейсов

23. Мобильные сервисы. Создание. Монетизация. Критерии эффективности.

24. Интернет-маркетинг как предмет исследования.



25. Охарактеризуйте процесс разработки и модернизации веб-сайтов.

26. Представьте алгоритм процесса продвижения объектов рынка в Интернете.

27. Сравните основные поисковые системы Интернета в России и за рубежом. 2

8. Укажите и охарактеризуйте ключевые принципы интернет-продвижения объекта рынка в независимой зоне поисковых систем.

29. Охарактеризуйте социальные медиасервисыи в Интернете.

30. Сравните ключевые социальные сети в РФ и за рубежом.

31. Поясните критерии «Блоги» и «блогосфера». Использование в продвижении

32. Укажите особенности продвижения объекта рынка в социальных сервисах.

33. Дайте характеристику SMM и SMO.

34. Приведите примеры использования игр в социальных сетях в стратегии продвижения

35. Состав и особенности комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями, блогами и блогерами, с интернет-форумами. Привлечение пользователей в интернет-сообщество.

36. Сравните основные характеристики рекламы в поисковых системах Интернета в РФ и за рубежом.

37. Дайте понятие контекстной, медийно-контекстной и медийной рекламы.

38. Укажите основные сервисы, предоставляющие услуги контекстной рекламы. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.

39. Дайте понятие «SEO». Охарактеризуйте методы SEO-оптимизации.

40. Работа с внутренней оптимизацией.

41. Укажите принципы проектирования и методы оптимизации веб-сайтов.

42. Как влияет внешнее окружение на эффективность сайта?

43. Представьте сравнительную характеристику основных видов интернетпродвижения.

44. Как проводят оценку эффективности продвижения в социальных сетях?

45. Как проводят оценку эффективности продвижения в независимой зоне поисковых систем?

46. Как проводят оценку эффективности продвижения в системах контекстной рекламы?

47. Как проводят оценку эффективности баннерной рекламы?

48. Разработка и реализация интернет-маркетинговых стратегий.

49. Охарактеризуйте и приведите примеры вирусного маркетинга в сети интернет

50. Охарактеризуйте и приведите примеры партизанского маркетинга в сети интернет

51. Укажите основные принципы эффективной коммуникации, особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем и социальных

медиа.

52. Информационные войны в интернет-маркетинге

53. Развитие мобильного интернета и мобильного маркетинга. SMS-биллинг. Интеграция веб-ресурсов и SMS-сервисов.

54. Тренды современного E-mail маркетинга. 55. Дайте краткую характеристику технологии Интернет-рекламы, баннерной и контекстной рекламы.

56. Укажите особенности функционирования современных веб-аналитических систем. Задачи и возможности веб-аналитики.

57. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики.

58. Анализ и мониторинг информационного поля бренда, личности, организации.

59. Как проводят анализ трафика на веб-сайте и анализ конверсий?

60. Google Analytics и Яндекс Метрика. 61. Метрики контент-маркетинга, показатели эффективности SMM маркетинга, E-mail маркетинга.

62. Метрики посадочных страниц, анализ SERM и ORM.

63. Алгоритмы формирования потребительского спроса.

64. Укажите особенности проведения социологических исследований в сети интернет

65. Методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования в сети интернет.

66. Охарактеризуйте методы сбора, систематизации и обобщения первичной и вторичной маркетинговой информации при проведении маркетинговых исследований в сети интернет.

67. Укажите алгоритм проведения маркетинговых исследований спроса / конкурентов / пользователей / брендов в сети интернет с использованием инструментов комплекса маркетинга

68. В чем проявляются особенности организации и управления маркетинговой деятельности в сети интернет в условиях цифровизации?

69. Приведите примеры применения инновационных технологий в Интернетмаркетинге и электронной торговле.

70. Укажите особенности проектирования и управления торгово-технологическими процессами Интернет-маркетинга и электронной торговли.

71. Охарактеризуйте типовые методики оценки эффективности продвижения в соцсетях.

72. Приведите примеры систем экономических и социально-экономических показателей, используемых в Интернет-маркетинге и электронной торговле.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

– связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

– объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;



− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является»,

«относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70% тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной



аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.05.02 Управление репутацией в сети Интернет*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мерчандайзинг
8	8		Мотивация в рекламе
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	910		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			сети Интернет
8	9		Преддипломная практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;					
Владеть: навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
Знать: способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
различных коммуникационных задач					
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере					
Знать: основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью					
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и б	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности					
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах					
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Уметь: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение изучения дисциплины в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса. В течение семестра проводится анализ и оценка работы студентов на практических занятиях (выступления, доклады, собеседования). В течение семестра выполняются домашние письменные задания, контрольные работы, тестирование.

Выполнение данных работ является обязательным для всех студентов. Студенты, не выполнившие в полном объеме все эти работы, не допускаются к сдаче экзамена, как не выполнившие графика учебного процесса по данной дисциплине. В процессе текущего контроля проводится также контроль над самостоятельной работой студентов.

Промежуточная аттестация студентов. Для контроля усвоения данной дисциплины учебным планом предусмотрен экзамен. Сведения о результатах экзамена проставляются в приложении к диплому.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля.

1. PR и СМИ: сущностная и технологическая взаимосвязь.

2. PR, журналистика и реклама - соотношение понятий.

3. Информационно-аналитическое обеспечение работы СМИ и пресс-центров.

4. Информационно-аналитическое сопровождение PR-мероприятий.

5. Информационные и психологические войны в СМИ.

6. История развития связей с общественностью.

7. История становления связей с общественностью в России.

8. Конструирование социальной реальности в медиапроизводстве (на примере СМИ).

9. Критерии эффективности PR-технологий.

10. Медиарилейшнз в органах государственной и муниципальной власти.

11. Место и роль СМИ в политике.

12. Негативный и «черный» PR.

13. Новости как социальный феномен.

14. Общественность: понятие и виды.

15. Организация и практика работы пресс-служб.

16. Организация публичных мероприятий.

17. Организация специальных событий.

18. Особенности использования СМИ в PR-коммуникациях (на конкретном примере).

19. Особенности организации и проведения PR-проектов в бизнес-среде (на примере).

20. Особенности организации и проведения PR-проектов негосударственными субъектами политического процесса (на конкретном примере).

21. Особенности организации и проведения PR-проектов некоммерческими организациями.

22. Отличие PR от таких понятий «лоббизм», «реклама», «пропаганда», «маркетинг».

23. Понятие «общественность» в PR.

24. Понятия «имидж» и «паблисити».

25. Понятия «пресс-рилейшнз» и «медиарилейшнз».

26. Практика связей с общественностью на Западе.

27. Производство новостей.

28. Профессиональная деятельность в системе коммуникаций и информации.

29. Профессиональные требования к PR-специалисту.

30. Профессия спиндоктора и ее позиционирование в PR-коммуникациях.

31. Реклама как инструмент PR.

32. Репутационный менеджмент как PR-технология (на конкретном примере).

33. СМИ в системе PR.

34. СМИ и опросы общественного мнения.

35. СМИ как инструмент политического маркетинга.

36. СМИ как основной коммуникативный канал PR-коммуникаций.



37. Спиндоктор и журналист: сравнение профессиональных идентичностей.

38. Теория и практика организации работы пресс-центра.

39. Технологии спичрайтинга.

40. Технологические особенности менеджмента новостей.

41. Технология организации и проведения PR-мероприятия (на конкретном примере).

42. Типология PR-текстов.

43. Формирование PR как области знания и научной дисциплины.

44. Функции PR-специалиста, ответственного за связи с прессой.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Работа студентов направлена на решение следующих задач:

- формирование знания о путях и методах поиска информации;

- развитие навыков работы с разноплановыми источниками информации;

- осуществление эффективного поиска информации и критики источников.

Для решения указанных задач студентам предлагаются конкретные задания, в процессе которых отрабатываются навыки и методы поиска необходимой информации. Формой рубежного контроля является зачет. Оценка знаний студентов по рубежным формам контроля осуществляется на основании следующих критериев.

Отметка «зачтено» ставится при:

- правильном, полном и логично построенном ответе;

- умении оперировать специальными терминами;

- использовании в ответе дополнительного материала.

Но в ответе могут иметься:

- негрубые шибки или неточности;

- затруднения в использовании материала источников;

- не вполне законченные выводы или обобщения.

Отметка «не зачтено» ставится при:

- схематичном неполном ответе;

- неумении оперировать специальными терминами или их незнании;

- грубых ошибках;

- неумением приводить примеры из исторических источников.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Сабанокова Сусанна Хазретовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.06.02 Имиджелогия*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Антикризисный PR
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Внутрикорпоративный PR
7	8		Имиджелогия
7	8		Медиарилейшнз
6	7		Медиакарта региона
6	7		Брендинг территории
67	678		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	56		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мерчандайзинг
8	8		Мотивация в рекламе
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	910		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации					
Знать:	Фрагментарные	Неполные знания	Сформированные,	Сформированные	реферат,

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций	знания		но содержащие отдельные пробелы знания	систематические знания	тестовые задания, экзамен
Уметь: обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития					
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью					
Знать: способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	реферат, тестовые задания, экзамен
Уметь: Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;					
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
Знать: правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	реферат, тестовые задания, экзамен
Уметь: определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	реферат, тестовые задания, экзамен
Уметь: выполнять	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные,	Сформированные	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;			допускаются небольшие ошибки	умения	
Владеть: навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
Знать: способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	реферат, тестовые задания, экзамен
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач					
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере					
Знать: основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	реферат, тестовые задания, экзамен
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть:	Частичное	Несистематическо	В	Успешное и	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью	владение навыками	е применение навыков	систематическом применении навыков допускаются пробелы	систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Имиджелогия как вид управленческой деятельности

2. Факторы формирования положительной репутации компании

3. Способы формирования желаемого имиджа личности

4. Современный имиджмейкер и его функции

5. Составляющие стиля жизни и их влияние на выбор товара или услуги

6. Система основных навыков персонала в сфере услуг, способствующих формированию положительного имиджа компании

7. Система основных навыков персонала в производственной сфере, способствующих формированию положительного имиджа компании

8. Факторы формирования благоприятного психологического климата в коллективе

9. Программы стимулирования труда работников

10. Виды неформального отдыха как средство мотивации

11. Интерьер и экстерьер помещений

12. Этические нормы бизнеса

13. Имиджеформирующие характеристики руководителя

14. Социальный имидж организации как фактор конкурентоспособности

15. Формы и методы создания имиджа персоны

16. Концепция деловых намерений

17. Самопрезентация как инструмент имиджирования

Тестовые задания:

1. Воспринимаемый имидж – это:

а) то, как видят нас другие;

б) вытекает из прошлого опыта и отражает нынешнее состояние самоуважения; в) образ, который требует ряд профессий.

2. Текущий имидж – это:

а) имидж, свойственный нашему представлению о себе; б) тип имиджа, отражающий то, к чему мы стремимся; в) имидж, характерный для взгляда со стороны.

3. Зеркальный имидж – это:

а) имидж, характерный для взгляда со стороны;

б) имидж, свойственный нашему представлению о себе; в) тип имиджа, отражающий то, к чему мы стремимся.

4. Деловая репутация – это:

а) целенаправленно формируемый в сознании людей образ организации, персоны;

б) профессиональная, служебная оценка предприимчивости, конкурентоспособности,



состоятельности, надежности гражданина или юридического лица;

в) уважение статуса, сложившегося в общественном, деловом мнении.

5. Уважение статуса, сложившегося в общественном, деловом мнении – это: а) репутация; б) имидж; в) престиж.

6. Закон живого притяжения выражает:

а) формирование симпатий, утверждение доверия и влияния авторитета;

б) заражение общением, воздействие внушением и аргументированность убеждения; в) закон сенсорного поля и закон организации системы внимания.

7. Закон коммуникативного воздействия выражает:

а) формирование симпатий, утверждение доверия и влияния авторитета;

б) заражение общением, воздействие внушением и аргументированность убеждения; в) закон сенсорного поля и закон организации системы внимания.

8. Ранжирование – это: а) определение характеристик идеального объекта этого типа и нашего реального объекта;

б) размещение характеристик по приоритетности, по связи друг с другом;

в) определение того, как и по каким каналам дойдет до целевой аудитории требуемое сообщение.

9. «Фундамент» имиджа - это а) атмосфера внутри компании;

б) определение ценностей, целей, принципов и философии компании; в) методы работы с общественностью компании.

10. Впечатление, производимое человеком, компанией или институтом на одну или несколько групп общественности – это: а) репутация;

б) престиж; в) имидж.

11. Особый вид изобразительного искусства, суть которого заключается в презентации лучших характеристик личности или социальной структуры направленной на обеспечение эффекта впечатления – это: а) технология имиджирования;



б) технология создания бренда; в) технология создания общественного мнения.

12. Зарегистрированное в установленном порядке обозначение, присвоенное товару для его отличия от других и указания на его производителя – это: а) логотип;

б) бренд; в) товарный знак.

13. Какая из функций не относится к функциям имиджа: а) идеализация; б) идентификация; в) противопоставление; г) актуализация.

14. Какой закон не относится к законам формирования имиджа: а) закон восприятия;

б) закон живого притяжения; в) закон коммуникативного воздействия; г)закон гармонии.

примерные вопросы к экзамену:

1. Имиджелогия как наука: определение, содержание, основные отрасли;

2. История возникновения понятия «имидж»;

3. Сущность и понятие имиджа;

4. Основные функции и принципы имиджа;

5. Типы и категории имиджа;

6. Имиджирование как форма самопрезентации. Понятие и инструменты самоимиджа;

7. Основные структурные модели имиджа организации;

8. Имидж товара;

9. Имидж потребителей товара;

10. Внутренний имидж организации;

11. Имидж основателя и/или основных руководителей организации. Типы руководителей;

12. Основные приёмы создания положительного имиджа руководителя;

13. Имидж персонала;

14. Социальный имидж организации;

15. Бизнес-имидж организации;

16. Имидж личности. Понятие «Я-концепции».

17. Этапы создания имиджа;

18. Психологические рекомендации по формированию положительного имиджа организации;

19. Психологические эффекты восприятия;

20. Сущность, уровни и виды организационной культуры;

21. Субъективные и объективные элементы организационной культуры;

22. Основные функции организационной культуры и методы их совершенствования;

23. Управление и изменение организационной культуры;

24. Фирменный стиль и фирменная эмблема организации;

25. Технологии выбора названия организации;

26. Политический имидж и его виды;

27. Типология политических лидеров;

28. Инструменты создания эффективного политического имиджа;

29. PR как эффективный инструмент создания имиджа политика;

30. Формирование имиджа политического лидера: инструменты и коммуникации;

31. Психотехнологии создания эффективного политического имиджа;

32. Авторитет политика как психологическое явление;

33. Понятие бренда и ребрендинга. Психологические аспекты создания.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и



показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50

%;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем

на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.



Его задачами являются:

1. формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. развитие навыков логического мышления;

3. углубление теоретических знаний по проблеме исследования. При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критериоцениванияреферата:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; невыдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетвори- тельно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетво- рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 20.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 21.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 21.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.07.01 Технологии управления общественным мнением*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
5	5		Организация продвижения продукции
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;					
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации ком муникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и инф ормационно-комм уникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании ком муникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем комму никационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационны х задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем комму никационных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах нагосударственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражда	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
нско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора.					
Владеть: современными ин формационно-ком муникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами соверш енствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональны х языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.					
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка					
Уметь: - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официальные-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.					
Знать: этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа,	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. Социологические теории и общественное мнение.

2. Специфика проблем общественного мнения, изучаемого в социологии.

3. Место и роль общественного мнения в социокультурной системе современного общества.

4. Становление и развитие понятия общественного мнения.

5. Общественное мнение: определение понятия, его природы, сущности и основного содержания.

6. Анализ соотношения понятий: индивидуальное, групповое, коллективное и общественное мнение.

7. Роль понятий: «сознание», «индивидуальное сознание», «общественное сознание» и «массовое сознание» в процессе формирования и функционирования общественного мнения.

8. Структура общественного мнения и формы выражения общественного мнения.

9. Субъект общественного мнения. Дифференциация подходов в его определении.

10. Объект общественного мнения. Критерии и границы в его определении в социологической теории и исследованиях прикладного характера.

11. Проблема соотношения субъекта и объекта общественного мнения в классическом и субъектно-семантическом подходе.

12. Понятие общественного мнения как социальной системы.

13. Общественное мнение как социальный институт. Анализ его взаимодействия с другими социальными институтами современного общества.

14. Роль и значение общественного мнения в государственном и социальном управлении. 15. Общественное мнение и средства массовой информации и коммуникации.

16. Динамическая структура общественного мнения. Основные подходы к его структуризации в современной социологии.

17. Процесс формирования общественного мнения и механизм его функционирования.

18. Способы влияния на формирование и функционирование общественного мнения.

19. Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман).

20.Характеристика функций общественного мнения. Традиционные подходы к их типологизации.

21. Анализ потребностей, ценностей и интересов как движущих сил процесса формирования общественного мнения.

22. Основные проблемы построения и применения выборки в сфере изучения общественного мнения.

23. Методы изучения и измерения общественного мнения в социологии.

24. Общественное мнение и проблемы глобализации. Новые информационные и технические возможности изучения общественного мнения в социологии.

25. Методические проблемы совершенствования фундаментальных и прикладных исследований в социологии.

26. Характеристика свойств и показателей общественного мнения. Анализ проблемы информативности показателей общественного мнения.

27. Проблемы исследовательских процедур, техник, приёмов сбора и обработки данных в эмпирических исследованиях общественного мнения.

28.Особенности построения комплексных методик изучения общественного мнения. Проблема их разработки и применения в современной социологии.

29. Использование общественного мнения как управленческой социальной технологии.

30. Качественные междисциплинарные и психологические методы в исследовании общественного мнения.

Итоговый тест

Кому принадлежит первый опыт манипулирования общественным мнением?

· рабовладельцам

· духовенству

· феодалам

· буржуазии

Какой критерий не входит в три критерия общественного мнения?

· общественный интерес

· дискуссионность

· компетентность

· многозначность

Какая функция общественного мнения является наиболее распространённой? · директивная

· консультативная

· оценочная

· регулятивная

Какая стадия не является составляющей динамической структуры общественного мнения?

· зарождение

· функционирование

· контролирование

· отмирание



Какой элемент не включается в понятие средств массовой информации?

· радио

· телевидение

· мобильная связь

· печать

Какому американскому изданию принадлежит первый опыт регулярного проведения исследований общественного мнения?

· «The New York Herald»

· «The Columbus Dispatch»

· «The Literary Digest»

· «The Fortune Survey»

Кто из перечисленных исследователей не относится к общепризнанному понятию «отцы основатели» современной практики изучения общественного мнения?

· Дж. Гэллап

· Э. Роупер

· А. Кроссли

· Э. Хурья

Какой признак не является характерным для типичного опроса по методике Дж. Гэллапа?

· использование стандартных опросников и личное интервьюирование респондентов по месту жительства

· «открытый» тип вопросов

· общенациональный характер

· случайный или квотный характер выборки

Какую величину выборки в исследовании общественного мнения Дж. Гэллап считал наиболее оптимальной при проведении общенационального опроса населения США?

· более 5 тыс. человек

· 4-5 тыс. человек

· 2-3 тыс. человек

· 1-2 тыс. человек

Как называется методика, разработанная Дж. Гэллапом, что используется при построении инструментария для опроса общественного мнения?

· «многомерный бланк»

· «пятимерный план»

· «пошаговый подход»

· «мозговой штурм»

11. Кто является автором методики демоскопии?

· А. Кроссли

· П. Бурдье

· Э. Ноэль-Нойман

· Т. И. Заславская

Какой метод изучения общественного мнения при массовых опросах является наиболее распространённым сегодня?

· почтовый опрос

· телефонный опрос

· глубинное интервью

· фокус-группа

Какой тест не входит в классические тесты, проведённые Э. Ноэль-Нойман для выявления особенностей поведения избирателей на выборах?

· «железнодорожный тест»

· «спираль молчания»

· «политическая зависимость»

· «сдвиг последней минуты»

Что такое «омнибусное исследование»?

· Это, как правило, опрос качественными методами, проводящийся исследовательской компанией за свой счёт, в котором могут принять участие несколько различных заинтересованных заказчиков, оплатив включение только тех вопросов, что представляют непосредственный интерес именно для них. Сроки проведения исследования, генеральная совокупность, объём и процедура проведения выборки определяются исследовательской компанией самостоятельно.

· Это, как правило, количественный опрос, проводящийся исследовательской компанией за свой счёт, в котором могут принять участие несколько различных заинтересованных заказчиков, оплатив включение только тех вопросов, которые представляют непосредственный интерес именно для них. Сроки проведения исследования, генеральная совокупность, объём и процедура проведения выборки определяются исследовательской компанией самостоятельно.

· Это, как правило, количественный опрос, проводящийся исследовательской компанией за свой счёт, в нём могут принять участие несколько различных заинтересованных заказчиков, оплатив включение только тех вопросов, которые представляют 58 непосредственный интерес именно для них. Сроки проведения исследования, генеральная совокупность, объём и процедура проведения выборки определяются заказчиками.

· Это, как правило, опрос качественными методами, проводящийся исследовательской компанией за свой счёт, в котором могут принять участие несколько различных заинтересованных заказчиков, оплатив включение только тех вопросов, что представляют непосредственный интерес именно для них. Сроки проведения исследования, генеральная совокупность, объём и процедура проведения выборки определяются заказчиками.

Как принято называть стандартный документ, по которому интервьюер задает вопросы респонденту в ходе проведения исследования общественного мнения?

· гайд

· тест

· анкета

· список

Без какого технологического этапа невозможно проведение исследования общественного мнения?

· этап кодировки открытых вопросов

· этап презентации результатов исследования

· этап сбора первичных данных (опрос)

· этап рассылки документов

В каком издании была опубликована статья П. Бурдье «Общественное мнение не существует»?

· Социология власти

· Социология политики

· Социология общественного мнения

· Социология выборов

Какая из перечисленных организаций профессионально не занимается изучением общественного мнения?

· ВЦИОМ

· РОМИР

· ФОМ

· ДОСААФ

Как называется явление, согласно которому индивид или группа индивидов скрывает своё истинное мнение, боясь оказаться в социальной изоляции? · эффект «попутчика»

· эффект «прицепного вагона»

· «спираль молчания»

· «групповая солидарность»

На какой стадии индивидуальные и групповые мнения приобретают качество общественного?

· зарождения

· формирования

· функционирования

· отмирания

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70% тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50%;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50% тестовых заданий.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена: **:**	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Панина Елена Александровна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.07.02 Социология массовых коммуникаций*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
5	5		Организация продвижения продукции
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;					
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации ком муникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и инф ормационно-комм уникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании ком муникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем комму никационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационны х задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем комму никационных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах нагосударственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражда	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
нско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора.					
Владеть: современными ин формационно-ком муникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами соверш енствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональны х языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.					
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка					
Уметь: - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официальные-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.					
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.					
Знать: этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа,	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений.					

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тематика докладов

1. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания.

2. Зарубежные исследования массовой коммуникации.

3. Отечественные исследования массовой коммуникации.

4. Массовая коммуникация и ее роль в социальных процессах.

5. Массовая коммуникация как разновидность духовно-практической деятельности.

6. Журналистика как сторона массовой коммуникации.

7. Место и роль массовой коммуникации в коммуникативном пространстве.

8. Роль массовой коммуникации в интеграции общества.

9. Массовая коммуникация и социальное управление.

10. Модели и методы массовой коммуникации как формы социального управления.

11. Правовые нормы регулирования деятельности массовой коммуникации.

12. Массовая коммуникация как социальный процесс.

13. Особенности общения и коммуникации в процессе массово-коммуникативной деятельности.

14. Коммуникативный акт как составляющая массово-коммуникативной деятельности.

15. Информация и ее роль в массово-коммуникативном процессе.

16. Методы информационного воздействия на аудиторию.

17. Прагматическое моделирование в массово-коммуникативной деятельности.

18. Факторы эффективности воздействия массовой коммуникации.

19. Массовое сознание и его роль в деятельности массовой коммуникации.

20. Теоретические аспекты исследования массового сознания.

21. Массовое сознание как уровень сознания общества.

22. Общественное мнение как состояние массового сознания.

23. ПР как способ воздействия и формирования общественного мнения.

24. Эффекты и эффективность в деятельности средств массовых коммуникаций.

25. Массовая информация как средство деятельности массовой коммуникации.

26. Количественные и качественные критерии в определении массовой информации.

27. Публицистика как тип творчества.

28. Массовая коммуникация как социальный институт.

29. Массовая коммуникация как форма социального контроля.

30. Понятие четвертой власти в деятельности массовой коммуникации.

31. Массовая коммуникация в политической структуре общества.

32. Этические нормы в деятельности массовой коммуникации.

33. Структура системы средств массовых коммуникаций.



34. Особенности субъектов массово-коммуникативной деятельности.

35. Коммуникатор как субъект деятельности массовой коммуникации.

Вопросы для проведения промежуточного контроля

1. Предмет и объект социологии массовой коммуникации.

2. Понятие массовой коммуникации.

3. Структура науки о массовой коммуникации.

4. Уровни социологических исследований массовой коммуникации.

5. Понятие партиципарности.

6. Роль социологических исследований массовой коммуникации в социологической науке.

7. Г. Лассуэлл как исследователь массовой коммуникации.

8. Зарубежные исследования массовой коммуникации.

9. Отечественные исследования массовой коммуникации.

10. Марксизм и теория массовой коммуникации.

11. Виды и модели массовой коммуникации.

12. СМК в системе массовой коммуникации.

13. Особенности СМК как массовой коммуникации.

14. Понятие журналистики.

15. Система массовой коммуникации и социальное управление.

16. Понятие идеологии и идеологемы.

17. Понятие массово-коммуникативного процесса.
18. Информация, ее виды.
19. Понятие коммуникативного акта.
20. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса.
21. Методы информационного воздействия на аудиторию.
22. Социально-психологическое моделирование.
23. Факторы эффективности деятельности массовой коммуникации.
24. Понятие массового сознания.
25. Массовое сознание и массовая коммуникация.
26. Понятие сознания.
27. Количественные критерии в определении массового сознания.
28. Качественные критерии в определении массового сознания.
29. Индивидуальное, групповое, обыденное сознание.
30. Массовое и специализированное сознание.
31. Общественное мнение.
32. Сущность обыденного сознания.
33. Сущность общественного мнения.
34. ПР и общественное мнение.
35. Понятие массовой информации.
36. Уровни социальной информации.

37. Публицистика как тип творчества.

38. Массовая коммуникация как социальный институт.

39. Место массовой коммуникации в системе социальных институтов общества.

40. Пресса и власть.

41. Понятие четвертой власти.

42. Сущность, содержание, формы массовой коммуникации.

43. Типы средств массовых коммуникаций.

44. Правовые нормы, регулирующие деятельность системы массовой коммуникации.

45. Этические нормы в деятельности системы массовой коммуникации.

46. Антисоциальные эффекты массово-коммуникативной деятельности.

47. Структура системы средств массовых коммуникаций.

48. Печать в системе средств массовых коммуникаций.

49. Радио в системе средств массовых коммуникаций.

50. Телевидение в системе средств массовых коммуникаций.

51. Интернет в системе средств массовых коммуникаций, его особенности.

52. Понятие и структура жанров.

53. Субъекты массово-коммуникативной деятельности.

54. Субъекты социальных интересов и их роль в деятельности системы массовой коммуникации.

55. Коммуникатор как субъект массово-коммуникативной деятельности.

56. Средства в системе деятельности массовой коммуникации.

57. Понятие целеполагающей и целенаправленной деятельности.

58. Понятие персонификации.

59. Субъектно-субъектные и субъектно-объектные отношения в массово-коммуникативном процессе.

60. Объекты массово-коммуникативной деятельности.

61. Ценности и оценки.

62. Ценности и субъекты социальных интересов.

63. Понятие свободы.

64. Сущность свободы деятельности системы массовой коммуникации.

65. Четыре концепции свободы прессы.

66. Цензура.

67. Понятие плюрализма мнений.

68. Свобода и ответственность в деятельности массовой коммуникации.

69. Зависимая и независимая пресса.

70. Понятие функции.

71. Функции системы массовой коммуникации.

72. Функция журналистики и функция СМК.

73. Соотношение функций системы массовой коммуникации.

74. Функции и функционирование.

75. Направления социологических исследований массовой коммуникации.

76. Методы социологических исследований массовой коммуникации.

77. Контент-анализ.

78. Методы социологических исследований аудитории.

79. Количественные и качественные методы социологических исследований аудитории.

80. Особенности социологических исследований телевидения и радиовещания.

81. Специальные методы социологических исследований телевидения и радиовещания.

82. Рейтинг, шер, экспертная оценка.

83. Прогностическая роль социологии массовой коммуникации.

Примерный тест для проверки остаточных знаний

Тесты по СМК

1. Массовая коммуникация – это:

а) систематическое распространение сообщений через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись среди численно рассредоточенной аудитории;

б) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, видео и аудио, кино;

в)вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовно-практической (образование, воспитание, управление) деятельности.

2. Теория двухступенчатой модели коммуникации предложена:

а) Г. Лассуэлом;

б) П. Лазарсфельдом;

в) Н. Луманом

г) К. Шенноном.

3. Сколько этапов, на каждом из которых учеными определялась та или иная роль в их воздействии на современное общество, выделяют современные исследователи в исследованиях массовых коммуникаций:

а) два этапа;

б) три этапа;

в) четыре этапа.

4. Какой из этапов исследования массовых коммуникаций характеризуется наделением массовых коммуникаций практически безграничным влиянием на общественное мнение и поведение людей:

а) этап 40-60-х гг. XX в.**;**

б) этап 70-х гг. XX в. и длящийся по настоящее время;

в) этап 20-30-х гг. XX**;**

5. Методология функционального подхода изучения СМК заключается в следующем:

а) при объяснении массовой коммуникации как общественного явления следует искать функцию, которую она исполняет в социуме;

б) при объяснении массовой коммуникации как общественного явления необходимо выяснить её основные эффекты;

в) при объяснении массовой коммуникации как общественного явления необходимо установить её институциональные рамки.

6. Утверждение, что «все средства массовой коммуникации являются государственной собственностью, а появление новых изданий или каналов – результат планирования, но не ответ на запросы рынка» верно для:

а) демократической модели взаимодействия СМК и государства;

б) тоталитарной;

в) модели «третьих стран»;

г) модели социальной ответственности.

7. Какой из перечисленных тезисов не является верным для демократической модели взаимодействия СМК и государства:

а) отдельные граждане должны иметь право на использование СМК в своих собственных интересах;

б)содержание материалов СМК не должно быть подчинено политическому и бюрократическому контролю;

в) коммуникации слишком важны, чтобы оставаться уделом исключительно профессионалов;

г) свобода СМК может быть ограничена в связи с приоритетами в экономике и потребностями развития общества в целом.

8. Парадигма исследований массовых коммуникаций, рассматривающая аудиторию как объект воздействия, а эффективность коммуникации — как результат воздействия, выполнения социального заказа называется:

а) человекоцентрированной парадигмой**;**

б) медиацентрированной парадигмой;

9. Субъектами массовой коммуникации как вида социальной деятельности выступают:

а) государство;

б) социальные группы, занимающиеся трансляцией духовных значений (в том числе и специализированного знания) в массовое (практическое) сознание;

в) владельцы отдельных СМК;

г) массовая аудитория.

10. Оценки происходящих событий, транслируемые по каналам массовых коммуникаций, полностью зависят от:

а) системы ценностей субъектов массово-коммуникативной деятельности;

б) желаний и предпочтений аудитории;

в) стремления субъектов массовой коммуникации учитывать информационные предпочтения аудитории.

11. Регулирующей деятельность массовой коммуникации заключается:

а) в обеспечении возможности субъектам социальных интересов осуществлять целереализующую деятельность посредством влияния на формирование массового сознания;

б) во внедрении в массовое сознание оценок событий и явлений, признанных актуальными с точки зрения действующих субъектов социальных интересов;

в) оба утверждения являются верными.

12. При двухступенчатой модели коммуникации:

а) идеи передаются от СМК к лидерам мнений;

б) идеи передаются от СМК сразу всей аудитории;

в) идеи передаются от СМК отдельным профессиональным группам.

13. Все современные исследования массовой коммуникации основываются на допущении:

а) **СМИ** оказывают безграничное влияние на общественное мнение**;**

б) СМИ оказывают некоторое влияние на общественное мнение;

в) СМИ не оказывают влияние на общественное мнение.

14. В теории коммуникации лидером мнений называется:

а) человек, который общаются с окружающими по поводу товара чаще, чем среднестатистический покупатель и способный оказывать влияние на мнение собеседников;

б) человек, выступающий в качестве посредника между средствами коммуникации и собственной группой;

в) человек, обладающий харизмой.

15. В соответствии с частью 3.1 статьи 14 Закона «О рекламе» «...под федеральным телеканалом понимается...»:

а) организация, осуществляющая эфирное телевещание на территориях более четырех субъектов Российской Федерации;

б) организация, осуществляющая эфирное телевещание на территориях пяти субъектов Российской Федерации;

в) организация, осуществляющая эфирное телевещание на территориях восьми субъектов Российской Федерации;

г) организация, осуществляющая эфирное телевещание на территориях более пяти субъектов Российской Федерации**;**

16. Среди эффектов массовой коммуникации можно выделить:

а) преднамеренные и непреднамеренные;

б) краткосрочные и долгосрочные;

в) немедленные и отложенные;

г) все вышеперечисленные виды эффектов.

17. Перевод в количественные показатели массовой текстовой (записанной на пленку или иные носители) информации с последующей ее статической обработкой называется:

а) факторным анализом;

б) контент-анализом;

в) квантификацией**;**

18. Целевой аудиторией СМК называется:

а) группа людей, объединенных единой целью;

б) постоянные зрители (слушатели) того или иного СМК;

в) совокупность людей, к которым обращаются СМК и которые воспринимают обращенную к ним информацию;

19. Процент аудитории целевой группы, охваченной телепрограммой, печатным изданием, радиостанцией, интернет ресурсом в данные момент времени называется:

б) долей;

б) рейтингом;

в) индексом рейтинга.

20. Перечислите пять основных характерных признаков общественного мнения**;**

_____;

Ключ	
1	а
2	б
3	б
4	в
5	а
6	б
7	г
8	б
9	б
10	а
11	в

12	а
13	б
14	б
15	г
16	г
17	б
18	в
19	б
20	направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность, социальная поддержка

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Экзамен

Экзамен по дисциплине (модулю) служит для оценки работы обучающегося в течение семестра (семестров) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных



им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении профессиональных задач.

Критерии оценки знаний на экзамене

Экзамен может проводиться вформе устного опроса побилетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой илибез подготовки, поусмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи попрограмме данного курса.

Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются назаседании кафедры иподписываются заведующим кафедрой. Вбилете должно содержаться неболее трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов подисциплине должен содержать20-25 билетов.

Экзаменатор может проставить экзамен без опросаили собеседования тем студентам, которые активно участвовали всеминарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» **-** студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Панина Елена Александровна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.08.01 Мотивация в рекламе*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мерчандайзинг
8	8		Мотивация в рекламе
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	9		Преддипломная практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах

их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
Знать: способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;					
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки					
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ					
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности ко	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.					
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы докладов

1.Основные цели современной рекламы.

2. Виды рекламы в зависимости от целевого назначения.

3. Что является основным инструментом рекламного воздействия на потребителя.

4. Создание рекламного образа.

5. Основные этапы процедуры фокус - групп.

6. Основная задача фокус-группы.

7. Сущность метода фокус групп в изучении поведения потребителей.

8. Структура социально-психологического воздействия рекламы на потребителя.

9. Характеристика основных приемов убеждения в процессе торговой презентации.

10. Исследование психологической эффективности и рекламной деятельности.

11. Сущность метода фокус - групп в изучении поведения потребителей.

12. Что такое экспрессивные средства в рекламных текстах.

Тестовые задания

1. Основными целями современной рекламы являются:

а) сформировать у потребителя определенный уровень знаний о товаре;

б) стимулировать сбыт товаров и услуг;

в) описание оказываемых услуг;

г) чувство уверенности.

2. Эмоциональные состояния личности:

а) творческие наклонности человека;

б) восприятия рекламной информации;

в) неправильное понимание;

г) ориентация стратегии маркетинга.

3. Основными мотивами приобретения товаров покупателями являются: а) получение прибыли; б) потребительские привычки; в) уровень притязаний; г) характер товара и его индивидуальные особенности.

4.Эмоциональные мотивы в рекламе:

а) мотивы страха;

б) использования социального мотива;

в) мотив надежности и гарантий;

г) максимальное повышение качества жизни.

5. Нравственные и социальные мотивы:

а) устойчивость во времени;

б) мотив прибыльности;

в) уникальность формы предложения;

г) мотив защиты окружающей среды.

6. Рациональные мотивы:

а) мотив удобности и дополнительных преимуществ;

б) предоставление максимально широкого выбора;

в) мотив значимости и самореализации;

г) создание образа торговой марки.

7. Основные приемы выявления стереотипов:

а) использование метода выявление ассоциации;

б) конкретный интервал времени;

в) состояние финансовой системы;

г) внесение изменений в рекламную компанию

8. Создание имиджа в рекламной деятельности:

а) привлечь внимание к товару;

б) проведение опросов, интервью;

в) способность влиять на принятие решения покупателем;

г) желания конкуренты.

9. Поведенческий компонент рекламного воздействия:

а) анализ поступков человека;

б) покупательское поведение;

в) ориентация на нововведение;

г) активная рекламная кампания.

10. Алгоритм принятия решения о покупке:

а) воздействия внешней среды покупателя;

б) наличие удовлетворенности население;

в) основа привлекательности товара;

г) описание оказываемых услуг.

Вопросы к экзамену:

1. Реклама в системе маркетинга. Понятие, цели, задачи, функции рекламы.

2. Основные психологические принципы рекламной деятельности.



3. Контакт потребителя с информацией.

4. Принятие информации и интерес к рекламному сообщению

5. Восприятие как психический процесс.

6. Восприятие и разработка торговой марки.

7. Формирование поведения потребителей.

8. Процесс мотивации потребителей как психологическая проблема.

9. Классификация мотивов покупательского поведения.

10. Мотивационная психология потребителя в рекламной практике.

11. Формирование установки, как решающее условие эффективной мотивации потребителя.

12. Анализ мотивов и его использование в рекламе.

13. Рекламный имидж как решающий фактор потребительского поведения.

14. Теоретические основы создания рекламного образа.

15. Факторы и психотехнология создания бренд-имиджа.

16. Образ носитель как основной элемент рекламного имиджа.

17. Социально-психологическое воздействие рекламы на поведение потребителей.

18. Эмоциональное направление рекламного воздействия.

19. Поведенческий компонент рекламного воздействия.

20. Когнитивное направление рекламного воздействия.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.



Критерии оценивания доклада:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько

альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена:	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в

	выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Калашникова Светлана Валентиновна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.08.02 Мерчандайзинг*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мерчандайзинг
8	8		Мотивация в рекламе
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
5	6		Инновационные технологии в рекламе
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	9		Преддипломная практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах

их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
Знать: способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;					
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки					
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ					
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности ко	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.					
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестирование, экзамен
Уметь: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Мерчендайзинг как элемент современного рынка, история и причины ее возникновения и становления мерчандайзинга.

2. Понятие мерчендайзинга и сущность технологий мерчандайзинга.

3. Значение мерчендайзинга в обеспечении конкурентных преимуществ предприятия.

4. Влияние мерчендайзинга на торгово-технологический процесс розничного торгового предприятия и уровень обслуживания покупателей.

5. Механизм влияния мерчендайзинга на перераспределение ролей и статуса участников торгово-технологического процесса.

6. Формирование маркетинга отношений с помощью технологий мер чендайзинга.

7. Содержание понятия «объекты мерчендайзинговой технологии» и его основные компоненты.

8. Содержание понятия «участник мерчендайзинговой деятельности» и его основные компоненты: производители (владельцы марок), промежуточные звенья (оптовые продавцы, розничные торговцы, покупатели розничных торговых предприятий).

9. Макроэкономическая, правовая и научно-техническая среда и инфраструктура торговой отрасли как основные предпосылки для внедрения техно- логий мерчендайзинга.

10. Распределение ресурсов посетителя и социально-экономическое значение технологий мерчендайзинга.

11. Содержание и отличительные особенности понятий «поведение потребителей», «поведение покупателей» и «поведение посетителей торгового предприятия». Место наук о поведении человека в обосновании технологий мерчендайзинга.

12. Психофизика и психофизиология в практике мерчендайзинговой деятельности. Теория рефлексов И. М. Сеченова и И. П. Павлова как важная предпосылка для разработки теоретических основ мерчендайзинга.

13. Когнитивная психология и познавательно-когнитивные факторы поведения потребителя в мерчендайзинге.

14. Психология познавательных процессов в изучении и управлении поведением посетителей торгового предприятия

15. Понятие, основные виды иллюзий и источники иллюзорного восприятия товаров. Морально-этические нормы применения и предупреждения иллюзий в мерчендайзинге.

16. Психология личности и отношений в предсказании поведения посетителя торгового предприятия. Содержание психологии личности. Значение мнений, эмоций и чувств в предсказании поведения потребителя (посетителя торгового предприятия) и формировании теоретических предпосылок мерчендайзинга.

17. Эмпирические аспекты потребления: фантазии, чувства и удовольствия потребителя.

18. Соотношение эмоций и мотивов. Атмосфера торгового предприятия как основа формирования положительных или отрицательных эмоций и стимулирования мотивов.

19. Изучение и применение индивидуальных особенностей личности в предсказании и управлении поведением посетителей торгового предприятия. Измерение ценностей личности, психография и способы измерения стиля жизни.

20. Модели поведения потребителей в технологиях мерчендайзинга. Использование модели поведения потребителей для предсказания и формирования поведения потребителя в торговом зале магазина.

21. Поведенческие составляющие посетителя торгового предприятия и их



практическое применение в технологиях мерчендайзинга.

Тестовые задания

1. Мерчандайзинг не включает в себя:

А) выявление конструктивных особенностей торгового оборудования и принципов его расположения в торговом зале

Б)выбор для торговой точки конкурентоспособных товаров

В) формирование внешнего вида места продажи товара.

Г) контроль за своевременным пополнением товарных запасов и за наличием товара в торговом зале

2. Предприятия, группы специалистов или отдельные специалисты, которые занимаются изучением поведения потребителей и посетителей торгового зала, используют различные средства и методы для влияния на их выбор это:

А) субъекты мерчандайзинга

Б) объекты мерчандайзинга.

В) участники мерчандайзинга

Г) сотрудники отдела мерчандайзинга

3. Какое утверждение неверно

А) смешивайте различные торговые марки.

Б) всегда выставляйте товар лицевой стороной к покупател

В) не перегружайте одну полку, если остальные явно пусты.

Г) месторасположение продукта в магазине может значительно повлиять на уровень его продаж.

4. Отдельные виды и направления мерчандайзинговой деятельности, обособившиеся в результате ее специализации это:

А) методы мерчандайзинга

Б) принципы мерчандайзинга

В) правила мерчандайзинга

Г)функции мерчандайзинга

5. Метод взаимосвязанных покупок включает (несколько вариантов):

А) метод размещения отделов адекватно когнитивно-психологической последовательности осуществления покупок;

Б)метод последовательного размещения отделов основных и сопутствующих товаров

В) визуальный мерчандайзинг



Г)метод соседства размещения отделов по наличию связи между покупками

6. В каком варианте оценка товара при принятии решения о покупке проводится не всегда:

А) Четко запланированная покупка (товары повседневного спроса);

Б) Частично запланированная покупка (товары предварительного спроса);

В) Незапланированная, или импульсивная, покупка (товары различных групп, как правило, недорогие)

Г) во всех случаях

7. Социально-культурные факторы, социально-экономические факторы, природная среда, технологическая среда это факторы:

А) внутренней среды

Б) психологические факторы;

В) индивидуальные различия;

Г) внешней среды

8. Доля каких покупателей составляет порядка 40%:

А) дотошных

Б) экскурсантов

В) вынужденных

Г)целеустремленных

9. Рационализм, направленный исключительно на более низкую цену является особенностей покупателей:

А) чувствительных к качеству

Б)чувствительных к цене

В) чувствительных к уровню сервиса

Г) всех групп

10. В каком случае специалисты по мерчендайзингу должны создать ситуацию, которая побудила бы посетителя внести данный магазин в список возможных точек своих посещений для принятия окончательного решения и осуществления покупки:

А)при первичной покупке

Б) при вторичной покупке

В) для постоянных покупателей

Г) для VIP покупателей

11. К факторам, формирующим планировку магазина, не относят:



А)тип и формат торгового предприятия

Б) конфигурацию торгового зала

В) организацию покупательских потоков

Г) факторы, связанные с психологическими особенностями и другими составляющими природы человека

12. Наличие специальных помещений для организации торгового процесса и рационального движения покупательских и торговых потоков это:

А) технические требования

Б) экономические требования

В)технологические требования

Г) экономические требования

13. Какая площадь определяется в соответствии с целями розничного торговца и площадью торгового зала магазина

А) установочная

Б)для дополнительного обслуживания

В) площадь расчета

Г) площадь приемки

14. Какое описание соответствует данному рисунку:

А) используется для больших магазинов.

Б) неэффективно используется пространство торгового зала

В)применяется для использования пространства с максимальной пользой

Г) используется для подсобных и складских помещений

15. Какое утверждение не верно:

А) Размещать отделы «импульсных» покупок на основных маршрутах движения

Б) Наиболее удобной и рациональной формой торгового зала принято считать прямоугольник

В) Располагать близко друг от друга взаимодополняющие товары

Г)Располагать близко друг от друга взаимозаменяющие товары

16. Отметьте правильную последовательность воздействия на покупателя с помощью формулы AIDA:

а) интерес, внимание, действие, желание

б) желание, интерес, действие, внимание

в) внимание, желание, интерес, действие

г) внимание, интерес, желание, действие.

д) желание, действие, интерес, внимание.

17. Наиболее удобная зона выбора товаров – это зона полок, расположенных над уровнем пола на высоте…

а) 80-110 см.

б) 110-160 см.

в) - до 80 см.

г) - свыше 180 см. д) 170-180 см.

18. При планировке магазина с использованием «решетки» с линейным продольным размещением оборудования:

а) стеллажи с товарами располагаются перпендикулярно входящему в зал потоку.

б) стеллажи с товарами располагаются параллельно входящему покупательскому потоку.

в) применяется разбивка торгового зала на изолированные секции.

г) предусматривается разнообразие комбинаций линейной и боксовой планировок.

д) предполагается расстановка оборудования без определенной системы.

19. Какое из предложенных определений наиболее точно, на Ваш взгляд, характеризует понятие «мерчендайзинг»?

а) «сбытовая политика розничного торговца, продвижение и сбыт в своем магазине определенных товаров»;

б) «технологии продажи, опирающаяся на принцип совместимости потребительских характеристик товаров и услуг с психологическим восприятием их посетителями торгового зала»;

в) «совокупность методов стимулирования продаж в розничной торговой сети отдельных марок товаров»

20. Какие из приведенных ниже утверждений не имеют отношения к понятию «модели процесса принятия покупательских решений»:

а) являются основой для объяснения поведения потребителя и посетителя торгового зала

б) являются основой для обоснования ценовой политики

в) позволяют систематизировать координаты для исследования, выделять приоритетные направления исследований в области поведения потребителя

г) раскрывают типы информации, необходимые для понимания различных поведенческих процессов принятия решения о покупке и посещения торгового предприятия

д) способствует формированию маркетинга отношений.

Вопросы к зачету



1. Понятие мерчендайзинг (merchandising).

2. Сущность мерчендайзинга, его трактовки, виды мерчендайзинга, цели и функции.

3. Основные процедуры мерчендайзинга.

4. Сущность системы мерчендайзинга и ее элементы.

5. Организационные, технические, технологические и информационные возможности и ограничения применения мерчендайзинга.

6. Структура комплекса «Стимулирование сбытом».

7. Управление продажами, прямой маркетинг, работа продавца-коммуникатора, реклама в местах продаж (Points of sale).

8. Методы внутримагазинной рекламы.

9. Информационное обеспечение POS продаж.

10. Эффективность внутримагазинной рекламы.

11. POS-коммуникации.

12. Нормативная база осуществления мерчендайзинга.

13. Содержание ФЗ РФ «О защите прав потребителей».

14. Потребитель (customer) в маркетинге.

15. Классификация потребителей и (покупателей - buyers).

16. Конечные пользователи (end users).

17. Потребительская потребность (customer’s need).

18. Понятие «стейкхолдер» (stakeholder).

19. Управление поведением потребителя.

20. Маркетинговые инструменты, влияющие на механизм покупки.

21. Бихейвиористские теории.

22. Психоанализ и бессознательные мотивы совершения покупки.

23. Модель AIDA. Факторы, влияющие на изменения потребительских предпочтений.

24. Модель покупательского поведения в торговом зале.

25. Побудительные факторы маркетинга.

26. Внешние и внутренние факторы, определяющие поведение потребителей.

27. Нейромаркетинг. Факторы создания комфортной атмосферы в торговом помещении.

28. Психологические и органолептические факторы: визуальные, звуковые, обонятельные и осязательные.



29. Рассеивание и направление внимания покупателей в торговом зале.

30. Управление распределением внимания покупателей.

31. Понятие, цели и формы сэмплинга**.** Виды сэмплинга.

32. Требования к POS материалам.

33. Принципы оформления. Распределение мест продажи.

34. Номенклатура POS-продукции. Вид и размещение POS-материалов.

35. Функциональное назначение POS-материалов.

36. Понятие и виды витрин. Классификация витрин.

37. Процесс оформления витрины. Приемы оформления.

38. Невербальные методики воздействия (звук, запах, свет и цвет) на покупателя.

39. Виды звукового ряда в магазинах: 1) фоновая музыка; 2) звуковая реклама; 3) живые речевые сообщения.

40. Живые речевые сообщения и звуковые эффекты. Основные функции и приемы освещения.

41. Влияние чувственных компонентов на принятие решения покупателем.

42. Организация службы (отдела) мерчендайзинга и аутсорсинг.

43. Количественные и качественные методики по проверке эффективности мерчендайзинга.

44. Расчетно-аналитические мероприятия мерчендайзинга.

45. Первичные количественные маркетинговые исследования: опрос, кассовый-аудит, формализованное наблюдение, формализованный эксперимент.

46. Качественные маркетинговые исследования: фокус-группа, эксперимент, Микс-методики.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы.

Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.



Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Галинская Наталья Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.09.01 Антикризисный PR*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Антикризисный PR
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Внутрикорпоративный PR
7	8		Имиджелогия
7	8		Медиарилейшнз
6	7		Медиакарта региона
6	7		Брендинг территории
67	678		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	56		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мерчандайзинг
8	8		Мотивация в рекламе
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	910		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации					
Знать:	Фрагментарные	Неполные знания	Сформированные,	Сформированные	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций	знания		но содержащие отдельные пробелы знания	систематические знания	
Уметь: обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития					
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью					
Знать: способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;					
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
Знать: правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: выполнять	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные,	Сформированные	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;			допускаются небольшие ошибки	умения	
Владеть: навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
Знать: способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач					
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере					
Знать: основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть:	Частичное	Несистематическо	В	Успешное и	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью	владение навыками	е применение навыков	систематическом применении навыков допускаются пробелы	систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задание:

Выбор кризисной ситуации (по усмотрению учащегося) и разработка коммуникационной антикризисной стратегии, включающей: цель и задачи коммуникации, целевые аудитории, концепцию PR-работы, каналы коммуникации, инструменты коммуникации и планируемый эффект (результат коммуникации). Работа выполняется в формате презентации PowerPoint, объем до 10 слайдов.

Темы рефератов

1. Значение репутации организации для успешного ведения бизнеса.

2. Концепция «Заинтересованных лиц организации» (Stakeholders) Эдварда Фриимена (Edward Freeman, 1963).

3. Репутация организации в восприятии различных заинтересованных лиц.

4. Кризис репутации: определение, механизм развития, последствия.

5. Причины кризисов репутации организаций в российских условиях.

6. Роль СМИ в развитии кризисов репутации.

7. Зависимость вовлеченности различных заинтересованных лиц от специфики организации и типа кризиса.

8. Понятия, определения и термины антикризисного PR.

9. Внутренний антикризисный PR

10. Внешний антикризисный PR

11. Принцип упреждения в антикризисном PR.

12. Принцип срочности в антикризисном PR.

13. Принцип отказа от «страусиной политики» в антикризисном PR.

14. Проактивный и реактивный антикризисный PR.

15. Планирование антикризисного PR.

16. Этапы антикризисного PR.

17. Содержание этапа прогнозирование антикризисного PR.

18. Сущность этапа планирование антикризисного PR.

19. Этап подготовка мероприятий антикризисного PR.

20. Этап антикризисного PR в условиях кризиса: упреждение и нейтрализация.

21. Программа послекризисных мероприятий.

22. Риски организации как основа прогнозирования и планирования антикризисного PR.

23. Методы разработки плана антикризисного PR.

24. Содержание типового плана антикризисного PR.

25. Планирование адресатов, каналов распространения и последовательности сообщений в антикризисном PR.

26. Шаблоны сообщений в планах мероприятий антикризисного PR.

27. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR. Роль прессслужбы (пресс-секретаря).

28. Правовые основы взаимоотношений со СМИ в проактивном антикризисном PR.

29. Правовые основы взаимоотношений со СМИ в реактивном антикризисном PR. Опровержения. Реакция на клевету.

30. Принципы и правила взаимоотношений со СМИ в антикризисном PR.

31. Нейтрализация рейдерских атак с использованием СМИ.

32. Организация периметра, информационного обеспечения, питания сотрудников СМИ в антикризисном PR.

33. Привлечение сторонних специалистов (организаций) по антикризисному PR в ситуации острого кризиса.

34. Использование услуг сторонних специалистов (организаций) по антикризисному PR на постоянной основе (абонентское обслуживание).

35. Внутреннее подразделение (служба) антикризисного PR: преимущества и недостатки.



36. Цели, задачи и функции внутреннего подразделения (службы) антикризисного PR.

37. Взаимоотношения внутреннего подразделения (службы) антикризисного PR с руководством организации и с другими подразделениями организации.

38. Исключительная роль высшего руководства организации в антикризисном PR.

39. Необходимость PR-обеспечения деятельности арбитражного управляющего и процедур банкротства.

40. Специфика антикризисного PR в процедурах банкротства: учет положений законодательства о банкротстве, решение проблем финансирования, организации, реализации.

41. Адресаты антикризисного PR в процедурах банкротства.

42. Антикризисный PR в различных процедурах банкротства.

43. Пресс-секретарь арбитражного управляющего: задачи, функции.

44. PR-обеспечение арбитражного управления в России на уровне СРО и в масштабах профессии (СОЮЗ СРО).

Темы докладов

1. Классификация кризисов и описание кризисных ситуаций.

2. Определение антикризисных коммуникаций, сущность кризисного PR.

3. Принципы работы в кризисной ситуации.

4. Специфика распространения информации в условиях кризиса.

5. Отличия PR-работы в зарубежных и российских компаниях.

6. Crisis Manual: суть, задачи, структура, основные разделы.

7. Целевые группы при работе в кризисной ситуации.

8. Каналы коммуникаций в кризисе.

9. Методы и инструменты антикризисных коммуникаций.

10. Методы противодействия технологиям «черного PR».

11. Роль лидеров общественного мнения в управлении кризисами.

12. Аналитические приемы в кризисном консалтинге.

13. Оценка эффективности реализации кризисной PR-кампании.

14. Кризисная PR-стратегия: цели, задачи, структура, основные компоненты.

15. Распределение ролей в кризисной ситуации.

16. Работа с традиционными СМИ в кризисе: инструменты, принципы, типовые ошибки.

17. Работа с Social Media: инструменты, принципы, типовые ошибки.

18. Кризисные ситуации в различных областях: бизнес, политика, общество, брендинг.



19. Основные принципы взаимодействия с общественностью в условиях кризиса.

20. Оценка практических кейсов по управлению кризисными ситуациями: примеры, оценка эффективности.

Темы научных дискуссий (круглых столов)

1. Китайские стратагемы и их экстраполяция на приемы кризисного PR

2. Практические примеры из различных сфер: бизнес, брендинг, государство, общество, политика, культура

3. Выбор открытой и закрытой модели для антикризисного реагирования

4. Построение цветовой шкалы кризиса на примере банковского сектора

5. Симметричный и ассиметричный ответ в информационной войне

Вопросы к зачету

1. Природа социального конфликта.

2. Типология кризисов и конфликтов. «Жизненные» циклы кризиса.

3. Коммуникации как источник конфликта.

4. Коммуникации как процесс с обратной связью.

5. Механизм искажения информации.

6. Основные функции коммуникаций. «Барьеры» коммуникаций.

7. Некоторые особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса.

8. Правила поведения в кризисной ситуации: подготовка к возможному кризису.

9. Выбор средств их предотвращения, определение конкретной стратегии и тактики на случай кризиса.

10. Формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с общественностью, проверка исполнения всех принятых решений.

11. Регулирование и разрешение социальных кризисов и конфликтов: определение основных понятий – регулирование, разрешение, управление, предотвращение, минимизация последствий.

12. Этапы и последовательность оптимального урегулирования конфликтов.

13. Структурирование конфликтующих групп. Анализ основных форм регулирования и разрешения конфликтов.

14. Проблема предупреждения и предотвращения конфликтов.

15. Информационное противоборство в конфликте.

16. Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации.

17. Методы разработки планов антикризисного PR.

18. Содержание планов антикризисного PR. Планирование сообщений во времени, разным адресатам.

19. Возможность и необходимость планирования антикризисного PR.

20. Роль различных уровней руководства организации в антикризисном PR.

21. Этапы антикризисного PR: прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия.

22. Содержание различных этапов антикризисного PR.

23. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR.

24. Современное отношение общественного мнения к системе несостоятельности и к процедурам банкротства в России.

25. Соотношение форм и методов антикризисного PR с положениями законодательства о несостоятельности.

26. Специфика антикризисного PR в процедурах банкротства: проблемы финансирования, организации, реализации.

27. Адресаты антикризисного PR в процедурах банкротства.

28. Антикризисный PR в процедуре наблюдения.

29. Антикризисный PR в процедуре финансового оздоровления.

30. Антикризисный PR во внешнем управлении.

31. Антикризисный PR в конкурсном производстве.

32. Практика использования сторонних специалистов (консультантов) для разработки и реализации программ антикризисного PR.

33. Механизм создания и функционирования подразделения по антикризисному PR в организации.

34. Принципы, методы и содержание работы подразделения антикризисного PR.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Критерии оценивания реферата: Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы



выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Отметка «хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос. Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод. Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Требования к написанию доклада Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы. Критерии оценивания доклада: Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Отметка «хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос. Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод. Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Критерии оценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов: - знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности; - масштабность, глубина и оригинальность суждений; - аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений; - умение вести дискуссию; - умение отстаивать свое мнение; - активность в обсуждении; - общая культура и эрудиция. Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недостаточный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном, присутствует на отдельных этапах; 3 – критерий отражен полностью. Требования к проведению зачета Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине. Критерии оценки знаний на зачете: Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях. Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено). Оценка «зачтено» ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует: - о полном знании материала по программе; - о знании рекомендованной литературы, - о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала. Оценка «не зачтено» ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик: Подписано простой ЭП 29.09.2023 Сабанокова Сусанна Хазретовна

Зав. кафедрой: Подписано простой ЭП 29.09.2023 Кумпилова Анжелика Руслановна

Зав. выпускающей кафедрой: Подписано простой ЭП 29.09.2023 Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.09.02 Внутрикорпоративный PR*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Антикризисный PR
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
8	9		Антикризисный PR
5	7		Поведение потребителей
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Внутрикорпоративный PR
7	8		Имиджелогия
7	8		Медиарилейшнз
6	7		Медиакарта региона
6	7		Брендинг территории
67	678		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	56		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мерчандайзинг
8	8		Мотивация в рекламе
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Внутрикорпоративный PR
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере			
8	9		Антикризисный PR
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
46	46		Профессионально-творческая практика
8	910		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Внутрикорпоративный PR

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации					
Знать:	Фрагментарные	Неполные знания	Сформированные,	Сформированные	Обсуждение

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций	знания		но содержащие отдельные пробелы знания	систематические знания	докладов, Блицопрос, Тестирование, Обсуждение докладов
Уметь: обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития					
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью					
Знать: способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, Блицопрос, Тестирование, Обсуждение докладов
Уметь: Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;					
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
Знать: правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, Блицопрос, Тестирование, Обсуждение докладов
Уметь: определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, Блицопрос, Тестирование, Обсуждение докладов
Уметь: выполнять	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные,	Сформированные	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;			допускаются небольшие ошибки	умения	
Владеть: навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
Знать: способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, Блицопрос, Тестирование, Обсуждение докладов
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач					
Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности					
ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере					
Знать: основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Обсуждение докладов, Блицопрос, Тестирование, Обсуждение докладов
Уметь: Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть:	Частичное	Несистематическо	В	Успешное и	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью	владение навыками	е применение навыков	систематическом применении навыков допускаются пробелы	систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Творческое задание

на разработку рекламной кампании

- 1. Что требуется разработать?
- 2. Какую цель преследует реклама?
- 3. К кому должны быть направлены рекламные обращение? (Как можно подробнее опишите целевую аудиторию)
- 4. Какие чувства мы хотим вызвать у аудитории?
- 5. (Какое эмоциональное отношение должно быть сформировано? Тон и характер рекламы.)
- 6. Главная идея, которую необходимо донести до аудитории.
- 7. Общие пожелания (монолог, диалог, стихотворная форма), музыкальный фон.
- 8. Хронометраж.
- Темы рефератов

1. Определение PR. PR как система установления связей с общественностью.

2. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.

3. Отличие паблик рилейшнз от других элементов комплекса продвижения.

4. Реклама и паблик рилейшнз. Функции PR.

5. Паблик рилейшнз как функция управления.

6. Основные средства паблик рилейшнз.

7. Основные пользователи PR.

8. Использование паблик рилейшнз в экономической сфере.

9. Сущность, роль и значение паблик рилейшнз. Преимущества и недостатки PR.

10. Цели и направленность мероприятий паблик рилейшнз.

11. Современное состояние и перспективы развития рынка PR-услуг в России. Общая характеристика рынка услуг по связям с общественностью в России.

12. Специализированные PR-агентства, известные PR-кампании.

13. Особенности PR в России.

14. Перспективы развития рынка паблик рилейшнз.

15. Государственное и добровольное регулирование PR-деятельности: области и методы регулирования. Законодательство России о PR-деятельности. Правовые и этические аспекты письменной PR-коммуникации.

16. Отраслевое регулирование паблик рилейшнз. Федеральный Закон «О Средствах Массовой Информации».

17. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО). Институт PR (IPR),

18. Международная ассоциация PR (IPRA), кодексы и хартии PR.

19. Социальная ответственность бизнеса и практика PR.

20. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.

21. Добровольная сертификация в области паблик рилейшнз.

Темы докладов

1. Функции оценки эффективности программ внутрикорпоративных связей общественностью. Основные направления оценки эффективности внутрикорпоративной PR- деятельности.

2. Основные формы проведения оценки эффективности внутрикорпоративных связей с общественностью.

3. Модель оценки эффективности С. Катлипа, А. Сентера, Г. Брума. Мониторинг и отчет- ность реализации программ внутрикорпоративных коммуникаций.

Темы научных дискуссий (круглых столов)

1. Оценка целесообразности программы внутрикорпоративных коммуникаций с точки зрения ее итогового воздействия и эффективности.

2. Коммуникационный продукт (продукт деятельности PR) в СВК и его оценка*

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению творческого задания

Критерии оценивания творческого задания:

- оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если в плане работы с субъектами ситуации предложены действия и мероприятия соответствующие поставленной задаче, использована научная терминология.

- оценка «не зачтено» описание действий дается «бытовым» языком, планируемые дей- ствия и мероприятия фрагментарны и не соответствуют поставленной задаче, студент не мо- жет обосновать цель планируемых действий.

Требования к написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и вклю- чать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содер- жащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требова- ний к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактиче- ские ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во вре- мя защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения опреде- ленной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:



Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требова- ний к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошиб- ки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов
Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позво- ляющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказы- вают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Критерии оценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов:

- знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности;

- масштабность, глубина и оригинальность суждений;

- аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений;

- умение вести дискуссию;

- умение отстаивать свое мнение;

- активность в обсуждении;

- общая культура и эрудиция.

Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недо- статочный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном, присутствует на отдельных этапах; 3 – критерий отражен полностью.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских заня- тий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предвари-



тельной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка **«зачтено»** ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший ак- тивное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Оценка **«не зачтено»** ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 28.09.2023	Сабанокова Сусанна Хазретовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 29.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

ФОС

рабочей программы учебной дисциплины "*ФТД.В.02 Строевая подготовка, военная топография*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
УК-7.2 Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография
56	6		Физическая культура и спорт
123456	56		Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
УК-7.1 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни			
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
56	6		Физическая культура и спорт
123456	56		Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций различного происхождения.			
3	3		Экология
45	45		Безопасность жизнедеятельности, основы военной подготовки
4	4		Безопасность жизнедеятельности
5	5		Основы военной подготовки
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография
УК-8.3 Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) и военных конфликтов.			
3	3		Экология

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
45	45		Безопасность жизнедеятельности, основы военной подготовки
4	4		Безопасность жизнедеятельности
5	5		Основы военной подготовки
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	5		Строевая подготовка, военная топография

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности					
УК-7.1 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни					
Знать: нормы здорового образа жизни и требования к уровню физической подготовленности, обеспечивающему полноценную социальную и профессиональную деятельность.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тест
Уметь: использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личностных, жизненных целей.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья и физического самосовершенствования.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
социальной и профессиональной деятельности					
УК-7.2 Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности					
Знать: требования к физическим качествам, предъявляемые профессией; иметь представление о предоставляемых физической культурой возможностях укрепления здоровья, совершенствования физических качеств, в том числе профессионально необходимых.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тест
Уметь: оценивать свой уровень физической подготовленности на основе рекомендованных критериев, выявлять проблемы в сфере сформированности физических качеств и ставить цели по совершенствованию собственной физической подготовленности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: основами оздоровительной физической культуры с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов					
УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций различного происхождения.					
Знать: методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их последствий; методы исследования устойчивости функционирования производственны	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тест

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
х объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях.					
Уметь: идентифицировать опасности различного происхождения; выявлять и устранять проблемы связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; оценивать возможные риски от чрезвычайных ситуаций различного происхождения	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками организации мероприятий по охране труда и технике безопасности на рабочем месте; навыками оказания первой помощи и защиты производственного персонала от возможных последствий чрезвычайных ситуаций	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов					
УК-8.3 Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) и военных конфликтов.					
Знать: правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, а также военных конфликтов; способы оповещения населения об опасности в случае возникновения чрезвычайных ситуаций различного происхождения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тест
Уметь: выполнять действия по защите населения от возможных	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
последствий чрезвычайных ситуаций различного происхождения; пользоваться средствами индивидуальной и коллективной защиты.					
Владеть: практическими навыками по предотвращению возникновения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций, и военных конфликтов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Студент по разделу дисциплины строевая подготовка (раздел 1) должен:

Знать: строевые приемы без оружия и правила их выполнения.

Уметь: выполнять команды: «Становись», «Равняйсь». «Смирно». «Вольно», «Заправиться». «Отставить». «Головные уборы снять (одеть)»: выполнять повороты на месте и в движении; двигаться походным и строевым шагом: выполнять воинское приветствие на месте и в движении.

Владеть: синхронными навыками их выполнения в строю.

Студент по разделу дисциплины строевая подготовка (раздел 2) должен:

Знать: Развернутый строй.

Уметь: Выполнять команды «Отделение (взвод) в одну шеренгу становись», «Отделение в две шеренги становись». Выход из строя и возращение в строй. Выполнение команд: «выйти из строя», «встать в строй». Подход к начальнику и отход от него. Выполнение команд: «ко мне», форма доклада о прибытии, «встать в строй».

Владеть: навыками чёткого их выполнения.

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ВХОДНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ



по разделу дисциплины строевая подготовка

1.Что называется строем?

А). Строй, в котором военнослужащие расположены один возле другого на одной линии.

Б). Сторона строя, в которую военнослужащие обращены лицом.

В). Установленное строевым уставом размещение военнослужащих, подразделений и частей для их совместных действий.

2. Характеристика шеренги.

А). Сторона противоположная фронту.

Б). Строй, в котором военнослужащие расположены один возле другого на одной линии.

В). Расстояние между флангами.

3. Что называется флангом?

А). Правая (левая) оконечность строя.

Б). Расстояние по фронту между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.

В). Расстояние в глубину между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.

4. Найдите определение фронта.

А). Расстояние от первой шеренги до последней шеренги.

Б). Строй, в котором военнослужащие расположены в затылок друг другу.

В). Сторона строя, в которую военнослужащие обращены лицом.

5. Что называется тыльной стороной строя?

А). Два военнослужащих стоят в затылок один за другим.

Б). Сторона, противоположная фронту.

В). Сторона строя, в которую военнослужащие обращены лицом.

6. Что называется интервалом?

А). Расстояние в глубину между военнослужащими.

Б). Расстояние между флангами.

В). Расстояние по фронту между военнослужащими (машинами).

7. Дистанция это -

А). Расстояние в глубину между военнослужащими.

Б). Подразделения построены на одной линии по фронту.

В) Два военнослужащих, стоящих в двухшереножном строю в затылок один другому.

8. Что называется шириной строя?

А). Сторона строя, в которую военнослужащие обращены лицом.

Б). Расстояние между флангами.

В). Расстояние от первой шеренги до последней шеренги.

9. Глубина строя характеризуется как:

А). Расстояние по фронту между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.

Б). Расстояние от первой шеренги до последней шеренги.

В). Расстояние, где военнослужащие расположены один возле другого на одной линии.

10. Что такое колонна?

А). Строй, в котором военнослужащие расположены в затылок друг другу.

Б). Два военнослужащих, стоящих в двухшереножном строю в затылок один другому.

В). Установленное строевым уставом размещение военнослужащих, подразделений и частей для их совместных действий.

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

1. Что называется рядом?

А). Расстояние по фронту между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.

Б). Строй, в котором военнослужащие расположены один возле другого на одной линии.

В). Военнослужащие, стоящие в двухшереножном строю в затылок один другому.

2. Двухшереножный строй это -

А). Военнослужащие одной шеренги расположены в затылок военнослужащим другой шеренги на дистанции одного шага (вытянутой руки).

Б). Расстояние от первой шеренги до последней шеренги.

В). Размещение военнослужащих, подразделений и частей для их совместных действий.

3. Сомкнутый строй это -

А). Строй, когда подразделения расположены на одной линии по фронту в одношереножном ил двухшереножном строю.

Б). Строй, когда военнослужащие в шеренгах располагаются по фронту один от другого на интервалах, равных ширине ладони между локтями.

В). Расстояние от первой шеренги до последней шеренги.

4. Разомкнутый строй это -

А). Строй, в котором военнослужащие расположены один возле другого на одной линии.

Б). Линия колонн на определенных дистанциях.

В). Военнослужащие в шеренгах расположены по фронту один от другого на интервалах в один шаг или на интервалах установленных командиром.

5. Найдите характеристику развёрнутого строя.



А). Строй, когда подразделения расположены на одной линии по фронту в одношереножном или двухшереножном строю.

Б). Расстояние по фронту между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.

В). Строй, где военнослужащие расположены в затылок один другому.

6. Походный строй это -

А). Строй, когда военнослужащие в шеренгах располагаются по фронту один от другого на интервалах, равных ширине ладони между локтями.

Б). Подразделение построено в колону или подразделения в колоннах построены один за другим на определенной дистанции.

В). Военнослужащие в шеренгах расположены по фронту один от другого на определённых интервал

7. Кто такой направляющий?

А) Левофланговый второй шеренги.

Б). Военнослужащий (подразделение), двигающийся головным в указанном ему направлении.

В). Военнослужащий (подразделение), двигающийся последним в указанном ему направлении.

8. Кто такой замыкающий?

А). Правофланговый первой шеренги.

Б). Военнослужащий (подразделение) движущийся последним в колонне.

В). Военнослужащий второй шеренги, стоящий в затылок военнослужащему первой шеренги.

9. По какой команде принимается строевая стойка?

А). «Становись» или «Смирно».

Б). «Заправиться».

В). «Нале-ВО».

Студент по разделу дисциплины **военная топография** должен

знать:

- основы топографической подготовки;

- способы топографического исследования (разведки) территорий и его влияние на организацию действий населения и персонала при чрезвычайных ситуациях;

уметь:

- ориентироваться в пространстве;

- выполнять топографические измерения;

владеть:

- навыками изучения и оценки местности при использовании топографических документов;

- навыками работы с топографическими картами;

- навыками определения своего местонахождения.

Примеры тестовых заданий для входного контроля знаний по разделу дисциплины **военная топография**.

1. Какие топографические элементы рельефа местности преобладают в центральной части России?

2. Перечислите, какие типы местности обладают защитными и маскирующими свойствами.

3. Какие наиболее эффективные способы изучения местности применяются для более детального анализа данной территории?

4. Какие элементы местности оказывают наибольшее существенное влияние на условия ориентирования и наблюдения?

5. Дайте определение магнитному азимуту.

6. В чем различие между определением сторон горизонта по «часам и Солнцу» и «часам и

Луне»?

7. По каким еще небесным светилам определяются стороны горизонта, кроме Полярной звезды?

8. Определите расстояние до молодого леса, если он по вертикали покрывается 10 мм линейки.

9. Как классифицируются топографические карты по масштабам?

10. Чем вызывается необходимость применения проекции Гаусса при создании топографических карт?

11. Какие карты применяются в МЧС?

12. Объясните взаимосвязь между разграфкой и номенклатурой карты.

13. Что называется геоидом, меридианом, параллелью, картой?

14. Что представляет собой наша Земля и чем отличается земной эллипсоид от шара?

15. Каков линейный масштаб, если известно, что его величина составляет 2 км в 1 см?

16. В чём заключается сущность изображения рельефа горизонталями?

17. Назовите способы определения направления ската на карте.

18. Какова разница между понятиями «взаимное превышение точек» и «относительная высота точек»?

19. Какими способами определяется высота сечения, если она неизвестна?

20. Как определить по карте превышение двух точек?

21. Объясните, как влияет величина заложения на рельеф местности.

22. Перечислите формы скатов и как они определяются по карте.

23. Чем вызвана необходимость применения картографических условных знаков, на какие виды они подразделяются?

24. Объясните разницу между внемасштабными и пояснительными условными знаками.

25. На какие виды подразделяются населенные пункты в зависимости от характера производственной деятельности населения и числа жителей?

26. Как на карте показывается административное значение населенных пунктов?

27. Перечислите общие правила чтения топографической карты.

По "Основам техники стрельбы" на практическом занятии по стрельбе набрать 20 очков из 5 выстрелов из пневматической винтовки.

Критерии выставления оценок при проведении текущего контроля и промежуточной аттестации

Критерии	**Оценка**	
	Зачтено	**Не зачтено**
Сдача тестов	Кол-во правильных ответов в тестах не менее 75%	Кол-во правильных ответов в тестах менее 75%
Посещаемость	Высокая	Менее 75% по неуважительной причине
Активность на практических занятиях	Высокая активность на практических занятиях	Пассивность на практических занятиях

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыка и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, а так же для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

Высокий уровень сформированности	Продвинутый уровень	Базовый уровень сформированности

компетенций	сформированности компетенций	компетенций
Обучающийся на высоком уровне способен использовать методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья.	Обучающийся на среднем уровне способен использовать методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья.	Обучающийся на удовлетворительном уровне способен использовать методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 08.08.2023	Уджуху Ирина Анзауровна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 11.08.2023	Свечкарёв Виталий Геннадьевич
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна