

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и связи с общественностью в цифровой среде

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Цифровые коммуникации**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIV-667968f0

И.В. Юдин

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кахальников М.В.
	Идентификатор	R7ecedcd1-KakhalnikovMV-51d2b6}

М.В.
Кахальников

Заведующий
выпускающей
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации

ИД-3 Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Обмен электронными документами

1. Введение в цифровую коммуникацию (Эссе)
2. Цифровые коммуникации в классическом кинематографе (Реферат)

Форма реализации: Письменная работа

1. Цифровые коммуникации в меди среде (Контрольная работа)
2. Цифровые коммуникации на практике (Тестирование)

БРС дисциплины

6 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Введение в цифровую коммуникацию (Эссе)
КМ-2 Цифровые коммуникации в классическом кинематографе (Реферат)
КМ-3 Цифровые коммуникации в меди среде (Контрольная работа)
КМ-4 Цифровые коммуникации на практике (Тестирование)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	16
Понятие цифровых коммуникаций					
Методология работы с видами и средствами цифровых рекламных коммуникаций		+			
Проблема цифровых коммуникаций в классическом кинематографе					

Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена цифровых коммуникаций в кинематографе		+		
Цифровые коммуникации в современной медиа среде				
Классификация видов коммуникаций в современной медиа сфере			+	
Практика применения цифровых коммуникаций				
Работа в компьютерных редакторах для воплощения визуальных идей, с учетом его специфики				+
Вес КМ:	25	25	25	25

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
пк-1	ИД-3 _{пк-1} Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний	Знать: методы соотнесения развития визуальных бренд-коммуникаций с историческим контекстом и эстетическими запросами общества Уметь: применять знания междисциплинарного характера исследовательской и проектной деятельности в области бренд-коммуникаций определять вид коммуникаций критически оценивать проектные методы, креативных инструментов, принципов создания художественно-образных решений в коммуникациях	КМ-1 Введение в цифровую коммуникацию (Эссе) КМ-2 Цифровые коммуникации в классическом кинематографе (Реферат) КМ-3 Цифровые коммуникации в меди среде (Контрольная работа) КМ-4 Цифровые коммуникации на практике (Тестирование)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Введение в цифровую коммуникацию

Формы реализации: Обмен электронными документами

Тип контрольного мероприятия: Эссе

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольное мероприятие проводится в форме обмена файлами между преподавателем и студентом. Задание подразумевает подготовку письменной работы - эссе. Эссе – это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Выполненное задание одним файлом высылается на проверку ведущему преподавателю с помощью общеуниверситетской системы электронной почты (ОСЭП).

Краткое содержание задания:

Требования к написанию эссе

Изложение текста и оформление работы выполняют в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32 – 2001, ГОСТ 2.105 – 95 и ГОСТ Р 6.30-2003. Страницы текстовой части и включенные в нее иллюстрации и таблицы должны соответствовать формату А4 по ГОСТ 9327-60.

Эссе должно иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- введение;
- основная часть;
- заключение.

Эссе выполняется в формате Word или PDF

- поля: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм;
- шрифт – Times New Roman – 14 пт (пунктов);
- междустрочный интервал – полуторный;
- форматирование основного текста – в параметре «по ширине»;
- красная строка – 1,25 см.

Общий объем работы должен составлять не менее 4-х страниц текста с обязательной нумерацией страниц снизу по центру.

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: критически оценивать проектные методы, креативных инструментов, принципов создания художественно-образных решений в коммуникациях	1.Средства визуальных коммуникаций 2.Осмысление этапов визуальных коммуникаций 3.Специфика планирования визуальных коммуникаций

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-2. Цифровые коммуникации в классическом кинематографе

Формы реализации: Обмен электронными документами

Тип контрольного мероприятия: Реферат

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Написание реферата.

Краткое содержание задания:

В рамках реферативной части студенту необходимо провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии.

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: определять вид коммуникаций	1.Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена визуальных коммуникаций в кинематографе 2.Оценки коммуникационных и иных эффектов, достигаемых рекламным воздействием или программами по связям с общественностью

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-3. Цифровые коммуникации в меди среде

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольная работа состоит из двух частей: краткие вопросы (8 вопросов) и части с открытыми вопросами (2 вопроса) на знание учебного материала.

Краткое содержание задания:

Ответить на краткие вопросы и дать развернутый ответ на 2 вопроса

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: применять знания междисциплинарного характера исследовательской и проектной деятельности в области бренд-коммуникаций	1.Классификация видов коммуникаций в современной медиасфере 2.Определение оптимально эффективного видов рекламы для продвижения товара или услуги бренда с помощью инструментария графических, растровых инструментов 3.Интегрировать все методы информационных технологий в систему проектной деятельности, работать в графических редакторах

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-4. Цифровые коммуникации на практике

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольное мероприятие проводится в форме тестирования. Тест состоит из десяти вопросов с вариантами ответов.

Краткое содержание задания:

Выбрать правильные ответы на вопросы

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: методы соотнесения развития визуальных бренд-коммуникаций с историческим контекстом и эстетическими запросами общества	1.Самое влиятельное средство визуальной коммуникации: [+] а) телевизионная реклама [-] б) интернет [-] в) реклама в газетах 2.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. 3.Что не включает в себя набор инструментов маркетинговых коммуникаций? [-] а) выставки/ярмарки; [-] б) спонсорство; [+] в) маркетинговую информационную систему; [-] г) рекламу.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

1. 1. Функции и технологии наружной рекламы
2. 2. Искусство плаката. Типы и функции
3. 3. Выберите социальную проблему, интересующую Вас в связи с темой курсовой работы. Проанализируйте художественные и документальные кинофильмы, в которых представлена эта проблема. Постарайтесь рассмотреть: а) модальности и дискурсы представления проблемы в визуальном тексте, б) приемы визуализации проблемы автором текста (режиссером, актером, оператором), в) контекстуальность визуальной репрезентации (связь с социально-правовым, политическим, культурным, идеологическим контекстом производства визуального текста и контекстом означаемого)

Процедура проведения

Студенту необходимо выбрать один билет из предложенных. Билет содержит теоретический вопрос и практическое задание. Время для подготовки ответа - 40 мин.

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-З_{ПК-1} Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний

Вопросы, задания

1. Определение и функции визуальных коммуникаций. Специфика и различие их типов
2. Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе
3. Визуальные коммуникации в современной медиа среде
4. Визуальные коммуникации с использованием виртуальных визуальных образов
5. Специальные мероприятия в системе визуальных коммуникаций
6. Инструменты визуальных коммуникаций
7. Визуальная политика
8. Визуальная картина мира
9. Визуальные образы в СМИ
10. Влияние современных визуальных коммуникаций на индивида, социум, общественное мнение

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Самое влиятельное средство визуальной коммуникации:

Ответы:

- а) телевизионная реклама
- б) интернет
- в) реклама в газетах

Верный ответ: а

2. Отметьте, кто в модели речевой коммуникации является адресантом:

Ответы:

- а) источник сообщения;

- б) получатель сообщения;
- в) специфические обстоятельства, которые характеризуют данную коммуникацию;
- г) то, что передается адресату.

Верный ответ: а

3. Что не включает в себя набор инструментов маркетинговых коммуникаций?

Ответы:

- а) выставки/ярмарки;
- б) спонсорство;
- в) маркетинговую информационную систему;
- г) рекламу.

Верный ответ: в

4. Основными адресантами визуальных коммуникаций не являются:

Ответы:

- а) сотрудники данной фирмы;
- б) действительные и потенциальные потребители (целевой рынок);
- в) коммуникационные шумы;
- г) поставщики.

Верный ответ: в

5. В чем важно убедиться, для того чтобы охарактеризовать некое сообщение как рекламное?

Ответы:

- а) неличный характер представления и продвижения идей, товаров или услуг;
- б) оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже определенным лицом;
- в) неверно и той другое;
- г) верно, если первое сочетается со вторым.

Верный ответ: г

6. Характерными чертами визуальной коммуникации не являются:

Ответы:

- а) неличная коммуникация;
- б) двусторонняя коммуникация;
- в) экспрессивность;
- г) способность к убеждению.

Верный ответ: г

7. Какие функции коммуникации не различают?

Ответы:

- а) экономическую;
- б) социальную;
- в) политическую;
- г) брендосоздающую.

Верный ответ: в

8. Выберите, что не относится к типовым задачам бизнеса, не решаемым с помощью визуальной коммуникации:

Ответы:

- а) неверная товарная политика и формирование ассортимента;
- б) неудовлетворительный сервис;
- в) нераспространение информации о фирме и ее товарах;
- г) неразработанная система заработной платы на фирме.

Верный ответ: в

9. Кто проводит рекламную кампанию при маркетинговой стратегии «вытягивания» (pull strategy) рекламную кампанию чаще всего?

Ответы:

- а) производители продукции;

- б) торговые посредники;
- в) производители и торговые посредники вместе;
- г) правительство и другие общественные институты.

Верный ответ: а

10. В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории не выделяют:

Ответы:

- а) локальную рекламу;
- б) региональную рекламу;
- в) массовую рекламу;
- г) общенациональную рекламу.

Верный ответ: в

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно.

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Итоговая оценка включает оценки, полученные за контрольные мероприятия, а также оценку, полученную на экзамене.