

**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 управление в гостиничном бизнесе и туризме

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Профессиональная этика**

**Москва
2023**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вовк М.В.
	Идентификатор	R26eeae99-VovkMV-a261481b

М.В. Вовк

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Жохова П.Е.
	Идентификатор	R5c95669a-ZhokhovaPY-06a87af4

П.Е. Жохова

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

Ю.В.
Гаврилова

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. УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ИД-2 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера

ИД-3 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп, проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям

2. 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

ИД-3 Демонстрирует знания норм профессиональной этики в процессе конструирования элементов медиакоммуникационных систем различного уровня.

3. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ИД-2 Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Общепрофессиональные ценности и профессиональная этика (Тестирование)
2. Разработка концепции этического поведения специалиста в области рекламы и связей с общественностью (Кейс (решение конкретных производственных ситуаций))
3. Этика коммуникационной кампании» (Контрольная работа)
4. Этические кодексы специалиста по проведению коммуникационных кампаний (Контрольная работа)

Форма реализации: Проверка задания

1. Современная профессиональная этика (Эссе)

Форма реализации: Устная форма

1. Специфика профессиональной этики специалиста по коммуникационному воздействию (Коллоквиум)

БРС дисциплины

1 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %						
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5	КМ-6
	Срок КМ:	4	6	8	12	14	16
Этическая норма и норма права: соотношение							
Этическая норма и норма права: соотношение. Исторический аспект	+	+			+		
Особенности профессиональной этики. Этические кодексы							
Особенности профессиональной этики. Этические кодексы					+		
Теоретические основы PR-этики. Действующие отечественные и зарубежные кодексы							
Теоретические основы PR-этики. Действующие отечественные и зарубежные кодексы				+	+	+	
Проблема этической оценки профессиональных ситуаций							
Проблема этической оценки профессиональных ситуаций							+
Вес КМ:		10	15	20	15	20	20

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

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
УК-5	ИД-2 _{УК-5} Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера	Уметь: критически оценивать проблемы современности на основе норм морали и этики	Современная профессиональная этика (Эссе)
УК-5	ИД-3 _{УК-5} Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп, проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям	Знать: ценности локальных цивилизаций Уметь: применять знания о ценностях локальных цивилизаций в процессе выполнения повседневных и профессиональных задач	Общепрофессиональные ценности и профессиональная этика (Тестирование) Разработка концепции этического поведения специалиста в области рекламы и связей с общественностью (Кейс (решение конкретных производственных ситуаций))
ОПК-5	ИД-3 _{ОПК-5} Демонстрирует	Знать:	Этические кодексы специалиста по проведению коммуникационных

	знания норм профессиональной этики в процессе конструирования элементов медиакоммуникационных систем различного уровня.	основные этические принципы современной PR деятельности требования, предъявляемые к внешнему виду, личностной культуре, этике делового поведения PR-специалиста	кампаний (Контрольная работа) Специфика профессиональной этики специалиста по коммуникационному воздействию (Коллоквиум)
ОПК-7	ИД-2 _{ОПК-7} Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности	Знать: принципы социальной ответственности, применимые в процессе разработки каждого этапа коммуникационной компании	Этика коммуникационной кампании» (Контрольная работа)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Общепрофессиональные ценности и профессиональная этика

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 10

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольное мероприятие направлено на проверку знаний по изученной теме.

Краткое содержание задания:

Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме.

Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 60 минут.

Количество попыток не более 3-х. Тестирование проводится в письменном виде.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: ценности локальных цивилизаций	1.Этика – философская наука, объектом изучения которой является: а) прекрасное б) мораль в) истина Ответ: б) мораль 2.Профессиональная этика выступает как конкретизация общечеловеческих моральных норм и принципов применительно к данным ситуациям, для отдельных групп людей, с учетом специфики их жизнедеятельности и является отраслью: а) прикладной этики б) педагогической этики в) практической философии Ответ :а) прикладной этики 3.К общим особенностям профессиональной этики относят (исключить неверный ответ): а) высшие моральные ценности б) специально-профессиональные моральные нормы и ценности в) моральные кодексы Ответ: а) высшие моральные ценности 4.Необходимость формализации этических нормативов профессиональной деятельности обусловлено: а) регулированием норм поведения между людьми; б) стремлением привнести в разнообразные отрасли профессиональной деятельности критерии этической оценки; в) реформированием экономики, падением нравственности, крушением системы
--	--

	ценностей. Ответ: а) регулированием норм поведения между людьми; 5.Функциями морали и права являются: а) личностно-нравственные качества; б) нормы поведения принятые в обществе; в) ценностные установки. Ответ: б) нормы поведения принятые в обществе; 6.«Золотое правило этики» гласит: а) «... во всем, как хотите, чтобы с вами поступали люди, так поступайте и вы с ними ...»; б) « Не пройдите мимо человека, не приветствуя его, а скажите всякому при встрече доброе слово»»; в) «найти такое душевное настроение, мягкое и простое, которое сумело бы без усилий сочетать со всеми действиями разума, со всеми сердечными эмоциями идею истины и добра». Ответ: а) «... во всем, как хотите, чтобы с вами поступали люди, так поступайте и вы с ними ...»; 7.Под критерием моральности понимается: а) совокупность представлений о добре и зле; б) ответственность за ребенка; в) честность и открытость. Ответ: а) совокупность представлений о добре и зле; 8.Учение о профессиональной морали – это: а) профессиональный этикет; б) профессиональная этика; в) профессиональная ответственность. Ответ: б) профессиональная этика; 9.Термин «этика» впервые был употреблен: а) Аристотелем б) Конфуцием в) Пифагором Ответ: а) Аристотелем 10.Сохранение нравственного уровня общения при посягательстве на достоинство человека, защита от безнравственного поведения, провоцирующего других людей на безнравственность это... а) факт реальности; б) этическая защита; в) педагогический опыт
--	---

	Ответ: б) этическая защита; 11. Система норм, принципов, и правил общения, а также технология их выполнения, выработанные человеческим сообществом с целью оптимизации и эффективности коммуникативного взаимодействия, определяется как: а) культура общения б) техника общения в) качество общения Ответ: а) культура общения 12. К морально-психологическим «барьерам» общения относятся: а) барьер установки, барьер презрения, барьер стыда и вины; б) барьер социального положения; в) гендерный барьер. Ответ: а) барьер установки, барьер презрения, барьер стыда и вины; 13. К социокультурным «барьерам» в общении относят: а) материальный достаток б) социальный статус в) пространственная, временная и культурная маргинальность Ответ: в) пространственная, временная и культурная маргинальность 14. Ценности – это: а) значимые для человека объекты; б) условие достижения цели; в) образец, норма, представление о высшем совершенстве; г) практическая деятельность, направленная на совершенствование профессии. Ответ: а) значимые для человека объекты; 15. Какая из нижеперечисленных наук занимается изучением ценностей? а) демография; б) эстетика; в) аксиология; г) культурология. Ответ: в) аксиология; 16. Вершина иерархии ценностей – это: а) человек и его жизнь; б) общество; в) свобода; г) равенство.
--	---

Ответ: **а) человек и его жизнь;**

17. Где главным образом присутствует социальный смысл справедливости?

- а) в общественном сознании;
- б) общественных отношениях;
- в) законодательстве
- г) религии.

Ответ: **в) законодательстве;**

18. Совокупность правил и норм поведения, требований к личности специалиста – это:

- а) императив;
- б) этикет в социальной работе;
- в) профессионально-этический кодекс;
- г) профессиональная мораль специалиста.

Ответ: **в) профессионально-этический кодекс;**

19. Кто ввел в научный лексикон термин «деонтология»?

- а) Т. Холостова;
- б) И. Бентам;
- в) Аристотель;
- г) А. Грицан.

Ответ: **б) И. Бентам;**

20. Основная категория деонтологии – это:

- а) мораль;
- б) ответственность;
- в) нравственность;
- г) долг.

Ответ: **г) долг.**

21. Какую роль исполняет профессионально-этический кодекс?

- а) содействие воплощению идеалов гуманизма, нравственности и социальной справедливости;
- б) реализация профессиональных качеств;
- в) обеспечение регуляции и контроля поведения, отношений и действий представителей профессиональной группы;
- г) создание благоприятной атмосферы в общении клиента и специалиста.

Ответ: **а) содействие воплощению идеалов гуманизма, нравственности и социальной справедливости;**

22. Основная задача профессионально-этического кодекса заключается:

- а) в обеспечении регуляции и контроля поведения, отношений и действий представителей профессиональной группы;

	б) содействии воплощению идеалов гуманизма, нравственности и социальной справедливости; в) разъяснении обязательств социального работника перед клиентом; г) обеспечении адекватной социальным функциям профессии профессионально-этической регламентации. Ответ: а) в обеспечении регуляции и контроля поведения, отношений и действий представителей профессиональной группы; 23.Профессионально-этический кодекс представляет собой: а) документ, обязательный для руководства в повседневной профессиональной деятельности; б) свод правил и законов социальной работы на основе ТК РФ; в) сборник инструкций организации, где трудятся специалисты социальной работы; г) документ, необязательный для работы, но обязательный для отчетности. Ответ: а) документ, обязательный для руководства в повседневной профессиональной деятельности; 24.Разработка профессионально-этического кодекса осуществляется: а) группой разработчиков инициативно или по заданию профессиональной ассоциации; б) отдельно каждой организацией, оказывающей социальные услуги; в) группой работников организации социальной помощи; г) отдельно каждым социальным работником для себя лично. Ответ: а) группой разработчиков инициативно или по заданию профессиональной ассоциации; 25.Основой профессионально-этической системы профессиональной деятельности НЕ является: а) сущность, смысл, содержание профессиональной деятельности; б) общие для всех профессий требования профессиональной морали, выраженные в ее социальных функциях; в) одинаковые принципы профессиональной деятельности. Ответ: в) одинаковые принципы профессиональной деятельности.
--	--

	26. К факторам, детерминирующим содержание профессиональной этики, относятся: а) признание ценности человека и общества; б) система морально-нравственных отношений, идеалов, ценностей; в) этический кодекс. г) все вышеперечисленное. Ответ: а) признание ценности человека и общества; 27. Профессиональная этика – это: а) теория профессиональной морали; б) нормы Трудового кодекса; в) нормы Конституции РФ; г) этические нормы. Ответ: а) теория профессиональной морали; 28. Этико-аксиологическим основанием профессиональной деятельности является: а) признание ценности человека и общества; б) цели и задачи; в) трудовое законодательство; г) все вышеперечисленное. Ответ: а) признание ценности человека и общества; 29. Профессиональная мораль – это: а) совокупность личностных черт и качеств социального работника; б) качественная характеристика отношений социального работника и его клиента; в) форма общественного сознания совокупной профессиональной группы; г) соблюдение норм и принципов профессиональной этики социального работника. Ответ: в) форма общественного сознания совокупной профессиональной группы; 30. Мораль — это: а) общепринятые в рамках социальной общности (группы) правила, образцы поведения или действия в определенной ситуации; б) форма общественного сознания, в которой отражаются идеи, представления, принципы и правила поведения людей в обществе; в) общепринятые и повторяющиеся формы поведения людей, которые служат средством передачи социального и культурного опыта от поколения к поколению; г) правила поведения людей при совершении обрядов и форм деятельности.
--	--

	Ответ: б) форма общественного сознания, в которой отражаются идеи, представления, принципы и правила поведения людей в обществе; 31. Социальные нормы — это: а) общепринятые в рамках социальной общности (группы) правила, образцы поведения или действия в определенной ситуации; б) форма общественного сознания, в которой отражаются идеи, представления, принципы и правила поведения людей в обществе; в) общепринятые и повторяющиеся формы поведения людей, которые служат средством передачи социального и культурного опыта от поколения к поколению; г) правила поведения людей при совершении обрядов и форм деятельности. Ответ: а) общепринятые в рамках социальной общности (группы) правила, образцы поведения или действия в определенной ситуации; 32. Нормы общественных организаций — представляют собой: а) наиболее обобщенные и стабильные правила поведения людей в том или ином обществе, которые выверены временем и длительно существуют. б) правила поведения, которые устанавливаются и охраняются государством. в) правила поведения, которые устанавливаются самими общественными организациями и охраняются с помощью мер общественного воздействия, предусмотренных уставами этих организаций. г) общепринятые и повторяющиеся формы поведения людей, которые служат средством передачи социального и культурного опыта от поколения к поколению.\ Ответ: в) правила поведения, которые устанавливаются самими общественными организациями и охраняются с помощью мер общественного воздействия, предусмотренных уставами этих организаций. 33. В этике справедливость — категория, а) означающая такое положение вещей, которое рассматривается как должное, отвечающее представлениям о сущности человека, его неотъемлемых правах, исходящее из признания равенства между всеми людьми и необходимости соответствия между деянием и воздаянием за добро и зло; б) специфически моральная категория;
--	--

	в) специфически правовая категория. Ответ: а) означающая такое положение вещей, которое рассматривается как должное, отвечающее представлениям о сущности человека, его неотъемлемых правах, исходящее из признания равенства между всеми людьми и необходимости соответствия между деянием и воздаянием за добро и зло; 34. Категории этики представляют собой ... а) общую и особенную части этической науки б) понятия этической науки, которые не отражают наиболее существенные элементы морали в) все понятия и термины этической науки г) основные понятия этической науки, отражающие наиболее существенные элементы морали Ответ: г) основные понятия этической науки, отражающие наиболее существенные элементы морали 35. Понятия морального сознания, в которых предъявляемые к людям нравственные требования выражаются в виде образа нравственно совершенной личности, представления о человеке, воплотившем в себе наиболее высокие моральные качества, — это ... а) моральные стремления б) моральные законы в) моральные идеалы г) моральные догмы Ответ: в) моральные идеалы 36. Профессиональная этика имеет значение, прежде всего для профессий, объектом которых является ... а) право б) государство в) человек г) культура Ответ: в) человек 37. Основные понятия этической науки, отражающие наиболее существенные элементы морали — это ... а) словарь этики б) тезаурус этики в) категории этики г) принципы этики Ответ: в) категории этики
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено верно более чем на 80 %

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто (65-80%)

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено (50-64%)

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено не верно или преимущественно не выполнено (менее 50%)

КМ-2. Этические кодексы специалиста по проведению коммуникационных кампаний

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Выполнение задания направлено на проверку знаний по изученной теме.

Краткое содержание задания:

Технология проверки связана с выполнением письменного задания по изученной теме. В последние годы во многих крупных российских компаниях появились кодексы корпоративной этики.

Задача: разработать кодекс корпоративной этики рекламного агентства, которое специализируется на рекламе спортивного инвентаря и спортивного питания

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные этические принципы современной PR деятельности	1. Задача: разработать кодекс корпоративной этики рекламного агентства, которое специализируется на рекламе спортивного инвентаря и спортивного питания Следует разработать не сам кодекс, а его структуру, то есть разделы кодекса на основе Международного кодекса рекламной деятельности Международной торговой палаты (Кодекс МТП). Следует проработать сущностные положения, которые касаются специфики рекламируемых товаров.
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если представленная работа выполнена в полном объеме и на высоком уровне. Качественно и осознанно проработаны сущностные положения, которые касаются специфики рекламируемых товаров. Качественно разработана структура кодекса, обозначены разделы кодекса на основе Международного кодекса рекламной деятельности Международной торговой палаты (Кодекс МТП).

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если работа выполнена полностью, но имеются недочеты в выполнении задач. Свод этических норм, регулирующих коммуникационные кампании по продвижению медицинских товаров и методов лечения, алкогольной продукции и табачных изделий, оружия и боеприпасов в виде сравнительной характеристики не представлен. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. Студент решает задачу анализа ролика с точки зрения профессиональной этики, но ошибочно определяет какие нормы этики нарушены.

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если представленная работа выполнена частично и на приемлемом уровне. Сущностные положения, которые касаются специфики рекламируемых товаров не проработаны, но студент разрабатывает кодекс корпоративной этики рекламного агентства или студент разрабатывает структуру кодекса корпоративной этики рекламного агентства, которое специализируется на рекламе спортивного инвентаря и спортивного питания, но сущностные положения, которые касаются специфики рекламируемых товаров не проработаны.

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание не выполнено или выполнено менее чем на треть. Отсутствует кодекс корпоративной этики рекламного агентства, которое специализируется на рекламе спортивного инвентаря и спортивного питания. Сущностные положения, которые касаются специфики рекламируемых товаров не разработаны или разработаны не корректно.

КМ-3. Этика коммуникационной кампании»

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Выполнение задания направлено на проверку знаний по изученной теме.

Краткое содержание задания:

Технология проверки связана с выполнением письменного задания по изученной теме.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: принципы социальной ответственности, применимые в процессе разработки каждого этапа коммуникационной компании	1.1. Необходимо представить в виде сравнительной характеристики свод этических норм, регулирующих коммуникационные кампании по продвижению медицинских товаров и методов лечения, алкогольной продукции и табачных изделий, оружия и боеприпасов. 2. Задача. Для рекламы леденцов «Чупа-чупс» выбраны спортивные звезды – М. Южный, обладатель Кубка Дэвиса по большому теннису, и Е. Плющенко, чемпион мира и Европы по фигурному катанию. По сюжету оба молодых человека являются своеобразными «фанатами» рекламируемого продукта, хранят конфеты в кубках, полученных за спортивные достижения, переживают, если леденцы заканчиваются, и на протяжении всего ролика
--	---

	распевают незамысловатую рекламную песенку «Чупа-чупс», ты всегда со мной» (ролик расположен в открытом доступе: https://www.youtube.com/watch?v=xqMeEkBkx-I и https://yandex.ru/video/preview/?text=пеклама%20и%20чупа-чупс%20с%20южным&path=wizard&parent-reqid=1617879274750581-770675193320788460600103-production-app-host-vla-web-yp-322&wiz_type=vital&filmId=2399487962742739098). Чтобы решить задачу, необходимо определить, какие нормы этики нарушены, представить анализ ролика с точки зрения профессиональной этики.
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме и выполнено верно. Поставленная задача решена, студент определяет какие нормы этики нарушены и представлен анализ ролика с точки зрения профессиональной этики; свод этических норм, регулирующих коммуникационные кампании по продвижению медицинских товаров и методов лечения, алкогольной продукции и табачных изделий, оружия и боеприпасов представлен в виде сравнительной характеристики.

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если работа выполнена полностью, но имеются недочеты в выполнении задач. Свод этических норм, регулирующих коммуникационные кампании по продвижению медицинских товаров и методов лечения, алкогольной продукции и табачных изделий, оружия и боеприпасов в виде сравнительной характеристики не представлен. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. Студент решает задачу анализа ролика с точки зрения профессиональной этики, но ошибочно определяет какие нормы этики нарушены.

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если работа выполнена не в полном объеме и решение раскрывается расплывчато. Собственная точка зрения о том, какие нормы этики нарушены не обоснована. Не сделан детальный и аргументированный анализ ролика с точки зрения профессиональной этики.

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание не выполнено или выполнено менее чем на треть. Отсутствует собственная точка зрения о том, какие нормы этики нарушены. Анализ ролика с точки зрения профессиональной этики не представлен.

КМ-4. Специфика профессиональной этики специалиста по коммуникационному воздействию

Формы реализации: Устная форма

Тип контрольного мероприятия: Коллоквиум

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольное мероприятие направлено на проверку знаний по изученной теме.

Краткое содержание задания:

Технология проверки связана с проведением коллоквиума в форме устного опроса и демонстрации обучающимися мини-презентации по одной из предлагаемых тем.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: требования, предъявляемые к внешнему виду, личностной культуре, этике делового поведения PR-специалиста	1.Этические теории, приемлемые для принятия моральных решений в современном обществе. 2.Корпоративная культура в развивающейся организации: российский и зарубежный опыт. 3.Кодекс корпоративной этики: технология разработки и внедрения. 4.Этическая составляющая во взаимодействии со службами занятости, кадровыми агентствами, фирмами по подбору персонала 5.Нравственная культура общества и личности 6.Высшие моральные ценности в системе нормативной этики 7.Прикладная этика: сущность и структура 8.Профессиональная этика: определение и ее особенности в рекламной деятельности. 9.Нормы в профессиональной этике и профессиональная мораль. 10.Особенности развития этики рекламной деятельности в России. 11.Морально-этические проблемы межличностного общения. 12.Этикет как внешнее проявление нравственной культуры специалиста по рекламе. 13.Основные направления рекламной деятельности (сферы деятельности в организации и вне ее). 14.Этические нормы в работе специалиста по рекламе. 15.Этические требования к специалистам по рекламе. Специальная подготовка специалистов. 16.Роль этического знания в разработке профессиональных кодексов 17.Отличие рекламной этики от корпоративной морали 18.Этические теории, приемлемые для принятия моральных решений в современном обществе 19.Этические нормы и принципы этики в рекламной деятельности 20.Право и рекламная этика 21.Идея толерантности и плюрализма в современной этике 22.Основные подходы к решению моральных проблем в этике рекламы 23.Меры, используемые организациями для
--	--

	повышения этического уровня руководства и сотрудников 24.Критерии качества работы специалиста по рекламе с этической точки зрения 25.Система моральных требований и структура профессиональной этики управления 26.Этические принципы и нормы специалиста по рекламе 27.Прикладная этика: сущность и структура 28.Ситуативная этика: этика публичных отношений 29.Особенности развития этики рекламной деятельности в России 30.Различия делового этикета в разных странах / культурах
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, при ответах выделялось главное, развернутый ответ без принципиальных ошибок; логически выстроенное содержание ответа; мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии; полное знание терминологии по данной теме; четкое выделение причинно-следственных связей между основными категориями; умение ответить на вопрос без использования индивидуального письменного конспекта; использование презентационных материалов.

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями программы, ответы в основном были краткими, но не всегда четкими; практически полное знание терминологии данной темы; использование презентационных материалов

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны аргументированные ответы

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если неполный ответ на вопрос; неполное знание терминологии; наличие некоторых существенных ошибок в изложении основных фактов, теорий; неумение провести логические параллели, выводы; неумение выделить причины и следствия важнейших категорий; неспособность ответить без помощи письменного конспекта; знание основной литературы, рекомендованной к семинару.

КМ-5. Современная профессиональная этика

Формы реализации: Проверка задания

Тип контрольного мероприятия: Эссе

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Работа выполняется обучающимися и направляется преподавателю посредством ОСЭП

Краткое содержание задания:

Технология проверки связана с написанием эссе по изученной теме.

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: критически оценивать проблемы современности на основе норм морали и этики	1.Этика как часть духовной жизни общества. 2.Соотношение понятий «этика», «мораль», «нравственность». 3.Профессиональная этика как наука о профессиональной морали. 4.Профессиональная этика PR-специалиста: понятие, значение, специфика. 5.Мораль: понятие, происхождение, функции, исторические типы. 6.Структура морали. 7.Основные функции морали. 8.Нравственная деятельность специалиста по рекламе. 9.Нравственные отношения в деятельности специалиста по рекламе. 10.Моральное сознание. Понятие и структура. 11.Нормы и принципы морали в работе специалиста по рекламе. 12.Современные этические концепции. 13.Категории этики - как основа формирования мировоззрения. 14.Этические категории «добро» и «зло», «благо». 15.Этические категории «совесть», «долг». 16.Этические категории «честь» и «достоинство». 17.Этические категории «смысл жизни» и «нравственный идеал», «счастье». 18.Этические категории «справедливость», «нравственность», «нравственная справедливость». 19.Право на жизнь как проблема этики. 20.Право на смерть как этическая проблема. 21.Проблема профессионального долга в историческом развитии. 22.Соотношение профессиональной и общей морали. 23.Профессионально - нравственное сознание специалиста по рекламе. 24.Принцип гуманизма в деятельности специалиста по рекламе. 25.Профессиональная честь и достоинство. 26.Нравственный долг в служебной деятельности. 27.Профессиональная совесть.
--	--

	28.Служебный этикет и культура поведения специалиста по рекламе. 29.Этикет и культура речи. 30.Этика профессиональных отношений в служебном коллективе. 31.Содержание и характер общения во внерабочее время. 32.Понятие и структура профессионально-нравственной деформации. 33.Причины профессионально-нравственной деформации. 34.Понятие, принципы, структура и значение этикета. 35.Этический конфликт и этическая неопределенность. 36.Конфликт интересов и его предупреждение. 37.Моральные ценности человека в основных категориях этики. 38.Культура речевого общения. 39.Деловое общение в экстремальных условиях. 40.Профессиональная этика как вид трудовой морали общества. 41.Особенности профессии PR-специалиста и ее нравственное значение. 42.Натуралистическая теория происхождения морали. 43.Теологическая теория происхождения морали. 44.Рационалистическая теория происхождения морали. 45.Культурно-историческая теория происхождения морали. 46.Специфика профессиональной морали. 47.Проблемы формирования профессиональной этики делового человека 48.Значение зарубежного опыта этики бизнеса в формировании профессиональной этики делового человека. 49.Моральное измерение личности. 50.Моральное измерение общества. 51.Роль и значение этических концепций. 52.Специфика профессиональной морали. 53.Этика и культура компаний. 54.Корпоративная культура и этика. 55.Типы корпоративной культуры. 56.Этика руководителя. 57.Моральный конфликт и его разрешение. 58.Морально-этический кодекс предпринимателя. 59.Общение с иностранными партнерами. 60.Особенности профессиональной этики в области рекламы.
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 86

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если: - содержание работы полностью соответствует теме; - глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения, умение делать выводы и обобщения; - четко сформулирована проблема эссе, связно и полно доказывается выдвинутый тезис; - написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию; - достигнуто смысловое единство текста, дополнительно использующегося материала. - заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части; - оригинальность текста работы составляет 86-100%

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 66

Описание характеристики выполнения знания: достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее; - обнаруживаются хорошие знания литературного материала, и других источников по теме сочинения и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения; - логическое и последовательное изложение текста работы; - четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе; - в основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис; - написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию; - имеются незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей; - заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части. - оригинальность текста работы составляет 66-85%

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: - в основном раскрывается тема; - дан верный, но односторонний или недостаточно полный ответ на тему; - допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; - обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; - материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; - выводы не полностью соответствуют содержанию основной части - оригинальность текста работы составляет 50-65%

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: - оригинальность текста работы составляет менее 50%

КМ-6. Разработка концепции этического поведения специалиста в области рекламы и связей с общественностью

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Кейс (решение конкретных производственных ситуаций)

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольное мероприятие направлено на выявление аспектов управленческой этики, влияющих на формирование морально-психологического климата в коллективе рекламного агентства.

Краткое содержание задания:

Технология проверки связана с решением кейса по изученной теме.

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: применять знания о	1.Ход работы: ознакомьтесь с ситуацией и выполните
---------------------------	--

ценностях локальных цивилизаций в процессе выполнения повседневных и профессиональных задач	задания. Проанализируйте ситуацию с точки зрения соблюдения деловых отношений. <i>Нина Ивановна, специалист по рекламе с высшим образованием, проработав более 2 лет в рекламном отделе крупного предприятия, решила уволиться. В кадровой службе предприятия ей сообщили, что есть вакантная должность специалиста по рекламе на соседнем предприятии и порекомендовали встретиться с Борисом Николаевичем – директором департамента по коммуникациям, который к ним обращался.</i> <i>При встрече с директором Нина Ивановна откровенно рассказала о причинах, побуждающих ее к увольнению, и поделилась своими представлениями о направлениях развития работы рекламных отделов и информационных центров.</i> <i>Директор по многим вопросам с ней согласился и пригласил работать специалистом по рекламе, пообещав создать по возможности условия для реализации ее инициатив.</i> <i>Однако через полгода она рассказывала о своей новой работе:</i> <i>«Всегда знала и другим говорила, что от одних проблем уйдешь – к другим придешь. Это сразу и проявилось на новом месте. За всю первую неделю работы директор, с которым я ранее вела переговоры о переходе, не сказал мне ни «здравствуй», ни «до свидания». Как я себя должна себя чувствовать при этом? Человеком, которого ждали и возлагали на него большие надежды, или просто прохожим?.. У руководства не было ни малейшего желания помочь мне скорее адаптироваться, освоиться, войти в трудовой коллектив... Я с первых же дней почувствовала неприязненное отношение к себе со стороны начальницы отдела, в отдел которой меня приняли на должность специалиста и сразу поручили руководить работой трех специалистов отдела: арт-менеджера, инженера-программиста, дизайнера. При этом меня никому даже толком не представили. В своей группе я должна была сама нащупывать контакты, что было очень трудно: здесь для меня было все новое. Никто не передал мне дела, а их оказалось очень много. Я попала в положение человека, брошенного в воду: выплывай сам, как можешь. Но самое неприятное – это демонстративно игнорирующее поведение начальницы по отношению ко мне, причем почти во всем. Например, к моим подчиненным обращается напрямую, будто меня нет. Планы отдела составила для каждого персонально, не посоветовавшись со мною как с руководителем группы. Ходили</i>
--	---

коллективом в театр – меня будто нет. Хотя специалисты, с которыми я работаю, быстро признали мою высокую квалификацию, и у нас уже стали складываться хорошие товарищеские и служебные отношения. Может перебить меня тогда, когда я разговариваю с людьми и мы что-то обсуждаем. Со мной если и разговаривает, то старается упрекнуть в чем-то, выговорить за что-то...

Мне кажется, я стала понимать одну из причин такого ее поведения: у нее разногласия с директором – Главнокомандующим, как его называют сотрудники. Он, видимо, сильно ущемляет ее полномочия, в чем-то справедливо одергивает. К тому же он принимал меня на работу без ее ведома. Положение усугубляется еще и тем, что мне к ней просто не хочется подходить, поэтому я обращаюсь к Главнокомандующему, а когда он разговаривает со мной, начальница выходит из себя, вся кипит...»
<...>

И вот прошло два года. Нина Ивановна пишет: «Я стала задумываться о том, что такое любимая работа? Как понимать фразу: «Ищите удовлетворенность в труде?» Ведь я специалист со стажем (14 лет!), а занимаюсь не своим делом. Но есть люди, которые говорят: «Я люблю свою работу, а потому и терплю начальницу». Но ведь это терпение расшатывает нервы... А может быть, отношения в трудовом коллективе волнуют слабых людей? Ведь иногда «психологический фактор» воспринимается руководителем как отговорка, как нежелание работать по его указке. А я вот в последнее время и не помню, когда смеялась по-настоящему. Зато стала раздражительной, главным образом из-за отсутствия понимания. Главнокомандующий не хочет слушать ни о чем, кроме работы. Зная мое серьезное отношение к самостоятельному обучению по актуальным проблемам маркетинга и менеджмента, он насмешливо и пренебрежительно говорит: «Слишком много увлечений. Надо бы поубавить». А вот вчера встретил меня в коридоре и спрашивает: «Ну, как дела, профессор?..».

Поручили мне разработать предложения по освоению сотрудниками административного аппарата предприятия современной информационной базы данных заказчиков рекламы. Я организовала опрос более 100 руководителей и специалистов, выявила трудности, которые они испытывают при работе с базой данных, и составила программу внедрения. Разработанная программа уже более месяца лежит у

	Главкомандующего, а начальница отдела откровенно посмеивается. ... Я размышляю над тем, почему люди терпят ее унижающие достоинство выпады? И я тоже терплю... Ведь она подавляет не эрудицией, не умом, а грубостью. Однажды она в пылу гнева швырнула коробку флешек в лицо двум специалистам. А среди них был всеми уважаемый человек... И она никогда не извиняется за такие «срывы»... Я успокаиваю себя тем, что надо быть выше, но это слабое утешение. Я вот все думаю – типичный это случай или исключение? Не попадала я еще никогда в такую «антиразумную» ситуацию. Да и не заслуживаю такого отношения к себе. Ведь руководитель должен бы, да и обязан, сделать все, чтобы сотрудник реализовал свою квалификацию и приносил пользу отделу и организации в целом» Необходимо решить кейс, выполнив следующие задачи. 1. Охарактеризуйте факторы, повлиявшие на морально-психологический климат в отделе. Анализ силы воздействия факторов оформите в виде таблицы: <table><tr><th rowspan="2">Фактор</th><th rowspan="2">Признак проявления</th><th colspan="3">Степень влияния</th></tr><tr><th>Сильно влияет</th><th>Влияет в некоторой степени</th><th>Почти не влияет</th></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> 2. Какие методы управления персоналом практикуют руководители организации? Насколько данные методы управления способствуют эффективной работе подразделения? 3. Разработайте рекомендации руководителю и сотрудникам по улучшению морально-психологического климата в подразделении.	Фактор	Признак проявления	Степень влияния			Сильно влияет	Влияет в некоторой степени	Почти не влияет					
Фактор	Признак проявления			Степень влияния										
		Сильно влияет	Влияет в некоторой степени	Почти не влияет										

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если кейс-задание выполнено полностью, обучающийся проводит полную, четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения.

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументация выбранного решения. Имеет место излишне теоретизирование/Теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения проблемы, но не все причины ее возникновения установлены.

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если кейс-задание было выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует.

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе.

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой 2021 г.
		НИУ «МЭИ» Кафедра РСиЛ
		Дисциплина «Профессиональная этика»
		ГПИ
БИЛЕТ №1		
1. Понятие и предмет этики, ее и структура, функции.		
2. Профессионально-этические представления в области связей с общественностью		
Лектор потока старший преподаватель каф. РСиЛ Вовк М.В.		

Процедура проведения

Зачет выставляется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-2_{УК-5} Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личного характера

Вопросы, задания

- 1.Профессиональная этика PR-специалиста: понятие и специфика.
- 2.Виды служебного этикета PR-специалиста.
- 3.Специфика этики делового общения в области связей с общественностью.

Материалы для проверки остаточных знаний

- 1.Наука о морали, о нормах и правилах поведения человека с другими людьми:

Ответы:

- 1)этика
- 2) психология
- 3) экология
- 4) география

Верный ответ: Ответ: 1)этика

- 2.Мораль – это:

Ответы:

- 1) общепринятые в рамках социальной общности (группы)правила, образцы поведения или действия в определенной ситуации

- 2) форма общественного сознания, в которой отражаются идеи, представления, принципы и правила поведения людей в обществе
 - 3) общепринятые и повторяющиеся формы поведения людей, которые служат средством передачи социального и культурного опыта от поколения к поколению
 - 4) правила поведения людей при совершении обрядов и форм деятельности
- Верный ответ: Ответ: 2) форма общественного сознания, в которой отражаются идеи, представления, принципы и правила поведения людей в обществе;

2. Компетенция/Индикатор: ИД-Зук-5 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп, проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям

Вопросы, задания

1. Понятие и предмет этики, ее структура и функции.
2. Определение места и роли морали в современной этике.
3. Категории этики.
4. Этикетные модели поведения в профессиональной PR-деятельности.
5. Межкультурные особенности взаимодействия в профессиональной сфере.
6. Средства и коммуникативные стратегии профессиональных взаимодействий.
7. Неправительственные и международные комиссии по этике.
8. Моральная составляющая профессионального имиджа специалиста в области связей с общественностью.
9. Этические нормы деловых связей, деловых отношений в России.
10. Этические нормы деловых связей, деловых отношений за рубежом.
11. Этико-правовые проблемы рекламы, связанные с использованием сети Интернет.
12. Профессиональная этика при проведении делового совещания.
13. Этика отношений с потребителями, партнерами и конкурентами.
14. Интернет и профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью.
15. Структура делового общения: коммуникативные, интерактивные и перцептивные стороны.

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Теоретическая часть этики, включающая нормы, принципы, идеалы и т.д. – это:
 Ответы:
 - 1) Религиозные заповеди
 - 2) Мораль
 - 3) Юридические акты
 - 4) Нравственность
 Верный ответ: Ответ: 2) Мораль
2. Практическая часть этики, представляющая собой область реальных поступков – это:
 Ответы:
 - 1) Инструкции
 - 2) Культура
 - 3) Традиции
 - 4) Нравственность
 Верный ответ: Ответ: 4) Нравственность
3. Термин «этика» в научный оборот ввел:
 Ответы:
 - 1) Платон
 - 2) Кант
 - 3) Сократ

4) Аристотель

Верный ответ: Ответ: 4) Аристотель

4.Содержание профессиональной этики – это:

Ответы:

- 1) объяснение простых профессиональных норм морали
 - 2) прояснение норм и требований морали
 - 3) раскрытие общественной морали в понимании добра и зла к данному виду профессии
 - 4) раскрытие профессиональной морали и оформление профессионального кодекса
- Верный ответ: Ответ: раскрытие профессиональной морали и оформление профессионального кодекса

3. Компетенция/Индикатор: ИД-З_{ОПК-5} Демонстрирует знания норм профессиональной этики в процессе конструирования элементов медиакоммуникационных систем различного уровня.

Вопросы, задания

1. Структура нравственных норм: соотношение между нравственной нормой и принципом.
2. Функции и духовные основы морали.
3. Понятие, признаки и виды социальных норм. Их иерархия.
4. Профессиональная этика, ее содержание. Сущность профессиональной этики.
5. Место профессиональной этики в системе этического знания.
6. Понятие и виды профессиональной этики.
7. Профессионально-нравственные принципы.
8. Правила повседневного и служебного этикета.
9. Специфика этики делового общения.
10. Профессиональное сознание, долг, совесть, достоинство, честь.
11. Современные взгляды на место этики в деловом общении.
12. Структура и функции профессиональной этики.
13. Сущность профессиональных отношений. Понятие отношений, их характеристика.
14. Соотношение общечеловеческих нравственных принципов и принципов профессиональной этики.
15. Этические и нравственные основы деятельности PR-специалиста. Кодексы профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.
16. История, этика и психология рекламы и PR.
17. Профессионально-этические представления в области связей с общественностью.
18. Профессиональные этические кодексы: понятие назначения и специфика.

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Процесс обмена информацией, взаимного влияния и понимания друг друга – это:

Ответы:

- 1) деятельность
- 2) общение
- 3) отношение
- 4) дружба

Верный ответ: Ответ: 2) общение

2. Способами воздействия на человека являются:

Ответы:

1. внушение
2. убеждение
3. подражание

4. все варианты

Верный ответ: Ответ: 4. все варианты

3. Деловой протокол – это:

Ответы:

- 1) осознание добросовестного исполнения сотрудниками своих обязанностей
- 2) свод правил в деловых и служебных отношениях
- 3) правила, регламентирующие порядок встреч и проводов, проведение бесед и переговоров, организацию приемов и деловой переписки

Верный ответ: Ответ: 3) правила, регламентирующие порядок встреч и проводов, проведение бесед и переговоров, организацию приемов и деловой переписки

4. Совокупность правил и норм поведения, требований к личности специалиста – это:

Ответы:

- 1) императив
- 2) этикет в социальной работе
- 3) профессионально-этический кодекс
- 4) профессиональная мораль специалиста

Верный ответ: Ответ: 3) профессионально-этический кодекс

5. Какую роль исполняет профессионально-этический кодекс?

Ответы:

- 1) содействие воплощению идеалов гуманизма, нравственности и социальной справедливости
- 2) реализация профессиональных качеств
- 3) обеспечение регуляции и контроля поведения, отношений и действий представителей профессиональной группы
- 4) создание благоприятной атмосферы в общении клиента и специалиста

Верный ответ: Ответ: 1) содействие воплощению идеалов гуманизма, нравственности и социальной справедливости

4. Компетенция/Индикатор: ИД-2_{ОПК-7} Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности

Вопросы, задания

1. Российские профессиональные кодексы и хартии как этическая составляющая деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
2. Зарубежные профессиональные кодексы и хартии как этическая составляющая деятельности специалиста по рекламе связям с общественностью.
3. Международное и российское правовое регулирование этических норм деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
4. Сравнительный анализ кодексов профессиональной этики специалиста в сфере связей с общественностью.

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Социальные нормы – это:

Ответы:

- 1) общепринятые в рамках социальной общности (группы) правила, образцы поведения или действия в определенной ситуации
- 2) форма общественного сознания, в которой отражаются идеи, представления, принципы и правила поведения людей в обществе
- 3) общепринятые и повторяющиеся формы поведения людей, которые служат средством передачи социального и культурного опыта от поколения к поколению
- 4) правила поведения людей при совершении обрядов и форм деятельности

Верный ответ: Ответ: 1) общепринятые в рамках социальной общности (группы) правила, образцы поведения или действия в определенной ситуации
2. Нормы общественных организаций – представляют собой:

Ответы:

- 1) наиболее обобщенные и стабильные правила поведения людей в том или ином обществе, которые выверены временем и длительно существуют
- 2) правила поведения, которые устанавливаются и охраняются государством
- 3) правила поведения, которые устанавливаются самими общественными организациями и охраняются с помощью мер общественного воздействия, предусмотренных уставами этих организаций
- 4) общепринятые и повторяющиеся формы поведения людей, которые служат средством передачи социального и культурного опыта от поколения к поколению

Верный ответ: Ответ: 3) правила поведения, которые устанавливаются самими общественными организациями и охраняются с помощью мер общественного воздействия, предусмотренных уставами этих организаций

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если обучающийся: полно раскрыл содержание материала в объеме, предусмотренном учебной программой; изложил материал грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию; отвечал самостоятельно без наводящих вопросов преподавателя. Возможны одна - две неточности при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, которые обучающийся легко исправил по замечанию преподавателя.

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя.

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения программного материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, чертежах, исправленные после нескольких наводящих вопросов учителя; при знании материала выявлена недостаточная сформированность основных умений и навыков.

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание обучающимся большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов преподавателя.

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»