

**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 продвижение СМИ

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**

**Москва
2025**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Телегина И.Л.
	Идентификатор	Rde166e8d-TeleginaLL-6e52162c

И.Л. Телегина

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

А.А.
Веселов

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 организовывать маркетинговые исследования в области СМИ

ИД-1 Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ

ИД-3 Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

ИД-4 Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Выставка как PR-инструмент в коммерческой сфере (Тестирование)
2. Переговоры в работе отделов рекламы и связей с общественностью. Основы профессиональной коммуникации (Контрольная работа)
3. Работа отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных кампаний (Контрольная работа)
4. Специфика работы аналитического функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа)
5. Специфика работы творческого функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа)
6. Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью (Тестирование)
7. Эффективность PR-подразделений (Контрольная работа)

Форма реализации: Письменная работа

1. Креативное направление деятельности отделов рекламы и связей с общественностью (Творческая задача)
2. Функционально-организационные принципы построения отдела по связям с общественностью (Реферат)

БРС дисциплины

8 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-1 Функционально-организационные принципы построения отдела по связям с

- общественностью (Реферат)
- КМ-2 Креативное направление деятельности отделов рекламы и связей с общественностью (Творческая задача)
- КМ-3 Переговоры в работе отделов рекламы и связей с общественностью. Основы профессиональной коммуникации (Контрольная работа)
- КМ-4 Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью (Тестирование)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	3	6	9	12
Функционально-организационные принципы построения отдела по связям с общественностью					
Отдел связей с общественностью и рекламы	+				
Основные направления деятельности рекламного и PR отделов. Планирование. Исследовательское направление	+				
Исследовательский сегмент работы отдела по связям с общественностью					
Аналитическое направление деятельности PR-службы			+		
Творческое направление работы отдела PR и рекламы правила создания текстов			+		
Аналитический сегмент работы отдела по связям с общественностью					
Работа рекламного и PR отделов со СМИ. Медиарилейшнз				+	
Основы профессиональной коммуникации. Беседа с ньюсмейкером				+	
Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью					
Эффективные восходящие и нисходящие коммуникации					+
Оценка эффективности рекламной и PR деятельности					+
Вес КМ:		25	25	25	25

9 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-5 Работа отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных кампаний (Контрольная работа)
- КМ-6 Специфика работы творческого функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа)
- КМ-7 Специфика работы аналитического функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа)
- КМ-8 Выставка как PR-инструмент в коммерческой сфере (Тестирование)
- КМ-9 Эффективность PR-подразделений (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-5	КМ-6	КМ-7	КМ-8	КМ-9
	Срок КМ:	3	6	9	11	13
Работа отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных кампаний						
Методы управления проектами	+					
Публичное выступление в профессионально деятельности PR-специалиста	+					
Работа отдела PR и рекламы с общественностью						
Работа с потребителями отдела PR и рекламы		+	+			
Черный PR как технология и методы борьбы с ним в работе отдела рекламы и связей с общественностью		+	+			
Специфика работы аналитического функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью						
Специфика работы отдела PR - правительственная сфера			+			
Специфика работы отдела PR - силовые структуры			+			
Специфика PR-деятельности в разных сферах: коммерческая сфера						
Специфика работы отдела CO - коммерческая сфера				+		
Выставка и специальные события				+		
PR-деятельность в финансовых отношениях						
Правила организации PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях						+
Специфика PR в финансовой сфере						+
Вес КМ:		20	20	20	20	20

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-1 _{ПК-1} Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	Знать: правила эффективных нисходящих и восходящих коммуникаций	КМ-4 Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью (Тестирование)
ПК-1	ИД-3 _{ПК-1} Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	Уметь: владеть навыками анализа и самоанализа в процессе реализации профессиональных функций PR-специалиста осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью осуществлять мониторинг состояний информационной среды	КМ-1 Функционально-организационные принципы построения отдела по связям с общественностью (Реферат) КМ-2 Креативное направление деятельности отделов рекламы и связей с общественностью (Творческая задача) КМ-3 Переговоры в работе отделов рекламы и связей с общественностью. Основы профессиональной коммуникации (Контрольная работа)
ПК-1	ИД-4 _{ПК-1} Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового	Знать: практические аспекты планирования и организации	КМ-5 Работа отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных кампаний (Контрольная работа) КМ-6 Специфика работы творческого функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа)

	исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	коммуникационных кампаний Уметь: комментировать и интерпретировать корпоративную политику составлять план фандрайзинговой кампании составлять техническое задание для сотрудника творческого блока использовать принципы и механизмы выстраивания эффективных взаимоотношений внутри отдела по рекламе и связям с общественностью	КМ-7 Специфика работы аналитического функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа) КМ-8 Выставка как PR-инструмент в коммерческой сфере (Тестирование) КМ-9 Эффективность PR-подразделений (Контрольная работа)
--	---	---	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

8 семестр

КМ-1. Функционально-организационные принципы построения отдела по связям с общественностью

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Реферат

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания по вариантам отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение креативного направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: владеть навыками анализа и самоанализа в процессе реализации профессиональных функций PR-специалиста	1.Выберите объект креатива. Примените к объекту креатива 1-й метод создания креатива 2.Выберите объект креатива. Примените к объекту креатива 2-й метод создания креатива 3.Выпишите случайно - случайным образом – попавшиеся вам слова из художественного текста и попробуйте ассоциировать каждое из них в отдельности или в словосочетаниях с объектом креатива. Выберите из цепочек ассоциаций наиболее подходящие для объекта креатива и, в то же время, максимально свежие, неожиданные, парадоксальные

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 75

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: 60

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. Креативное направление деятельности отделов рекламы и связей с общественностью

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Творческая задача

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания по вариантам отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная работа направлена на проверку знаний о креативном направлении деятельности отделов рекламы и связей с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: осуществлять мониторинг состояний информационной среды	1. Выберите один объект креатива из предложенных. Это может быть товар, услуга, мероприятие, проблема, а результат можно применить в рамках социального PR, политического, в брендинге, в сфере образовательных услуг, в консультировании, для социальной рекламы и т.п. Примените к нему метод создания креатива из задания 2. Запишите свои результаты. Если у вас не получилось с первого раза ассоциировать ни одно из пяти слов, к каждому из слов дописываете по 5-7 ассоциаций, и тогда уже комбинируете каждое из получившихся 40+ слов с другими в словосочетаниях – пока не получится яркий и неожиданный образ 3. Примените метод аналогий к тем образам – новому видению объекта креатива, – которые вам дал метод фокальных объектов 4. Запишите все 4 аналогии, которые вы можете провести для объекта креатива

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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. Переговоры в работе отделов рекламы и связей с общественностью.
Основы профессиональной коммуникации**

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания по вариантам отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная работа направлена на проверку знаний о переговорах в работе отделов рекламы и связей с общественностью. Основы профессиональной коммуникации

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью	1. Напишите несколько тем для переговоров с целью продвижения вами вашего креатива. С кем бы вы их проводили? Опишите 3-4 шага в переговорах 2. Предложите способы устранения данных конфликтов 3. Приведите по 1-2 примера успешного, на ваш взгляд, интервью и по 1-2 примера провального. Обоснуйте с использованием характеристик отдельных этапов интервью 4. Предложите темы для своих интервью - кому бы вы дали интервью о своём креативе из контрольной работы 1 и у кого бы взяли интервью для продвижения своего креатива? Напишите краткий план своего интервью на 5-8 вопросов

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 75

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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. Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 70 минут. Количество попыток не более 3х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний по управленческим и этическим принципам работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: правила эффективных нисходящих и восходящих коммуникаций	1. Какие функции входят в задачи PR-подразделений? (Может быть более одного варианта ответа) 1. мониторинг публикаций сбора и анализа информации 2. подготовка специальных мероприятий PR 3. подготовка рекламных кампаний и отдельных рекламных акций 4. взаимодействие со СМИ Ответ: 1, 2, 3, 4 2. Для руководителя отдела рекламы и связей с общественностью следующий подход к управлению неактуален: 1. ситуационный 2. системный 3. процессный 4. проектный 5. нет правильного ответа Ответ : 5 3. Исчислению в оценке результатов PR-кампании не поддаются следующие показатели результативности PR: 1. сокращение числа получаемых жалоб 2. улучшение позиции компании на рынке по отношению к конкурентам (маркетинговое исследование) 3. формы упоминаний в прессе (предпочтительные жанры публикаций об организации) 4. возможности видеть или слышать определенное мнение (вычисляется путем опроса) Ответ : 3 4. Какой подход к управлению отделом рекламы и связей с общественностью основывается на идее управления изменениями от исходного состояния в целевое через управление мероприятиями, объединёнными целью.

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
	Примеры – специальные события, PR и рекламные кампании, решение отдельных задач. 1. системный 2. субстратный 3. процессный 4. проектный Ответ : 4 5. Поддержание этического статуса организации является обязанностью 1. руководителя PR департамента 2. HR специалиста 3. руководителя предприятия 4. психолога предприятия Ответ : 4

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

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

9 семестр

КМ-5. Работа отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных кампаний

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания по вариантам отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение работы отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных кампаний

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: комментировать и интерпретировать корпоративную политику	1.Изучите на свой выбор 3 PR-кампании. Опишите тип управления в каждой из них как в проекте: каскадное управление или гибкое (Agile). Если оно на разных этапах разное – отметьте и поясните 2.Охарактеризуйте тип управления в своей компании 3.Прослушайте несколько публичных выступлений. Охарактеризуйте: а) ситуацию произнесения речи; б) аудиторию – статические и динамические характеристики; в) реакцию аудитории на речь – отображённую в видео или гипотетическую; г) невербальные средства коммуникации спикера; д) степень логичности и убедительности речи

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

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: 70

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: 60

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-6. Специфика работы творческого функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение специфики работы творческого функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: составлять техническое задание для сотрудника творческого блока	1.Изучите на свой выбор 2 самые успешные PR-кампании из предложенного материала 2.Опишите PR-кампании с точки зрения отношения компании с потребителями: планирование и вывод нового товара на рынок

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 75

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: 60

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-7. Специфика работы аналитического функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение специфики работы аналитического функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: использовать принципы и механизмы выстраивания эффективных взаимоотношений внутри отдела по рекламе и связям с общественностью	1.Опишите 2 ситуации словесной атаки из работы специалиста по рекламе : кто может выступать инициатором и какие могут быть поводы для них 2.Используйте шаблоны из приложения для ответа. Какие ответы будут уместны на словесные атаки 3.Создайте шаблон для ответа на фальшивые негативные отзывы
Уметь: составлять техническое	1.Опишите 2 ситуации, когда негативные

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
задание для сотрудника творческого блока	отзывы могут существенно навредить имиджу и репутации компании, и, используя шаблоны ответов на негативные выпады против компании на онлайн ресурсах из предложенных материалов 2.Опишите 3 ситуации словесной атаки из работы PR-специалиста: кто может выступать инициатором и какие могут быть поводы для них

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 75

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: 60

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-8. Выставка как PR-инструмент в коммерческой сфере

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 70 минут. Количество попыток не более 3х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний по выставке как PR-инструменту в коммерческой сфере

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний	1.Основные цели, ради которых компании участвуют в выставках: 1. формирование или поддержание имиджа

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
	2. поиск новых партнеров и клиентов 3. налаживание прочных регулярных взаимодействий со СМИ и блогерами Ответ: 3 2. Составлять заранее план встреч на выставке 1. нет необходимости, потому что на выставке и так много представителей СМИ 2. невозможно, так как никогда не известно заранее, кого привлечёт наш стенд 3. важно, так как PR-деятельность должна чётко планироваться Ответ: 3 3. Какие выставки проводятся, как правило, для поддержания своей дилерской сети, апробации новых товаров или для достижения других целей, связанных с главным рынком сбыта своей продукции? 1. Основные, или целевые 2. Имиджевые 3. Пробные Ответ: 1 4. Организованное собрание людей с целью ознакомления, обсуждения и распространения значимой научной, политической, деловой и культурной информации, предоставляемой авторитетными экспертами – это: 1. пресс-конференция 2. семинар 3. конференция Ответ: 3 5. Пресс-конференции созываются, если у журналистов возникло к руководству фирмы много вопросов, в преддверии или окончании какого-либо мероприятия или события. 1. Верно 2. Частично верно 3. Неверно Ответ: 1

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 75

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: 60

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-9. Эффективность PR-подразделений

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа".

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение PR-подразделений

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: составлять план фандрайзинговой кампании	1.Изучите историю успеха отечественного или зарубежного бренда, отдельного продукта или популярного деятеля шоу-бизнеса. Приведите не менее 5 примеров эффективной PR- и рекламной деятельности, способствовавшей успеху данного бренда, продукта или персоны 2.Опишите значение данной деятельности для этого бренда и его потребителей: какие использовались приёмы, методы, креативные решения при продвижении к успеху и как данный субъект повлиял на потребительское поведение и психологию, на картину мира, на данную категорию в целом, на автора работы

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 75

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: 60

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

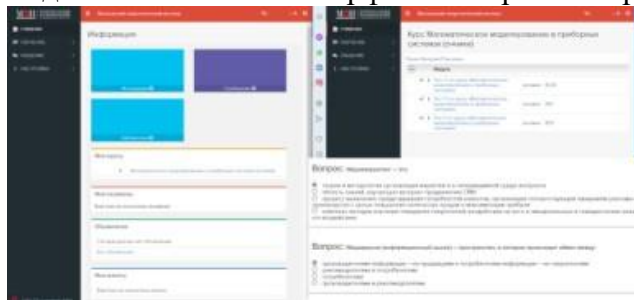
СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

Вид билета связан с интерфейсом сервиса "Прометей"



Процедура проведения

В тесте 20 вопросов встречаются вопросы следующих типов:

1. с одним вариантом ответа (в вопросах «один из многих», система сравнивает ответ слушателя с правильным ответом и автоматически выставляет за него назначенный балл)
2. с выбором нескольких вариантов ответов (в вопросах «многие из многих» система оценивает каждый ответ отдельно; есть возможность разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
3. на соответствие слушатель должен привести в соответствие левую и правую часть ответа (в вопросах «соответствие» система оценивает каждый ответ отдельно; можно разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
4. развернутый ответ, вводится в ручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1ПК-1 Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ

Вопросы, задания

1. Способы оценки эффективности работы отдела по рекламе и связям с общественностью
2. Коммуникационная модель переговоров, или базовая. Примеры переговоров с разбором основных элементов
3. Основные направления деятельности рекламного и PR отделов. Методы исследования

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Укажите правильную последовательность этапов PR кампании:

Ответы:

- 1) планирование PR кампании - анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании 2) определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании 3) анализ эффективности PR - определение PR

проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании

Верный ответ: 2

2. Политическая PR кампания является:

Ответы:

1) средством PR кампании 2) целью PR кампании 3) средством массовой информации 4) видом PR кампании

Верный ответ: 4

3. Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов"

Ответы:

1. финансовые 2. материальные 3. этические 4. гражданские

Верный ответ: 3

2. Компетенция/Индикатор: ИД-3_{ПК-1} Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

Вопросы, задания

1. Основные направления деятельности рекламного и PR отделов. Планирование. Исследовательское направление
2. Работа отделов связей с общественностью и рекламы по связям со СМИ. Медиарелейшнз
3. Коммерческая эффективность рекламной кампании

Материалы для проверки остаточных знаний

1. "План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет" являются составной частью:

Ответы:

1) плана PR кампании 2) анализа целевых аудиторий 3) определения рейтинга

Верный ответ: 1

2. При проведении PR кампании персонал компании и члены их семей являются:

Ответы:

1) внутренней целевой аудиторией 2) ключевой аудиторией 3) корпоративной аудиторией

Верный ответ: 1

3. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?

Ответы:

1. Планирование PR кампании. 2. Анализ целевой аудитории 3. Определение PR проблемы

Верный ответ: 2

3. Компетенция/Индикатор: ИД-4_{ПК-1} Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

Вопросы, задания

1. Отдел связей с общественностью. Структура, основные направления работы, функционал сотрудников
2. Мониторинг материалов СМИ как коммуникационный аудит. Формы и методы. Аналитические исследования
3. Стратегия конфликтного поведения. Выбор тактики поведения в конфликтах
4. Нисходящие организационные коммуникации. Коммуникативные перегрузки. Восходящие коммуникации

Материалы для проверки остаточных знаний

1. PR-кампания-это:

Ответы:

1. компания PR специалистов
2. комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы
3. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения
4. заседание совета журналистов

Верный ответ: 2

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 75

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: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

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

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

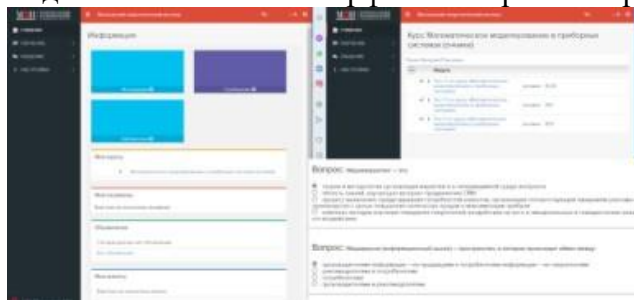
Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.

9 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

Вид билета связан с интерфейсом сервиса "Прометей"



Процедура проведения

В тесте 20 вопросов встречаются вопросы следующих типов:

1. с одним вариантом ответа (в вопросах «один из многих», система сравнивает ответ слушателя с правильным ответом и автоматически выставляет за него назначенный балл)
2. с выбором нескольких вариантов ответов (в вопросах «многие из многих» система оценивает каждый ответ отдельно; есть возможность разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
3. на соответствие слушатель должен привести в соответствие левую и правую часть ответа (в вопросах «соответствие» система оценивает каждый ответ отдельно; можно разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
4. развернутый ответ, вводится в ручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-4ПК-1 Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

Вопросы, задания

- 1.Методология в управлении проектами. Водопад, каскадная методология. Особенность методологии
- 2.Менеджер проекта. Методология в управлении проектами. Водопад, каскадная методология
- 3.Цели отношений с потребителями. Продвижение товаров и услуг
- 4.Работа с потребителями отдела PR и рекламы. Продвижение товаров и услуг
- 5.Работа с потребителями онлайн. Размещение постов в крупных пабликах
- 6.Работа с потребителями онлайн. Признаки заказных отзывов
- 7.Правила организации PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях. Ключевые задачи
- 8.Основные правила ведения кампании. Методы и формы фандрайзинга. Типы кампаний
- 9.Публичное выступление в профессиональной деятельности PR-специалиста. Определение целей выступления
- 10.Определите функции специалиста по PR

Материалы для проверки остаточных знаний

- 1.Чем новостной релиз отличается от пресс-релиза?
 Ответы:
 1. Своевременностью, содержанием всех относящихся к теме фактов и влиянием на читателя. 2. Он имеет в основе построения информации своеобразную логическую пирамиду. 3. Он должен быть озаглавлен, его название обычно отражает суть сообщения. 4. Он может содержать описание и оценку уже произошедшего, в то время как пресс-релиз посвящён будущим событиям
 Верный ответ: 4
- 2.Что такое фандрайзинг?
 Ответы:
 Сбор средств на реализацию социально значимых проектов. 2. Создание и поддержание необходимых условий для привлечения средств. 3. Информирование широкой общественности о миссии организации. 4. Использование социальных льгот некоммерческими организациями
 Верный ответ: 1
- 3.Что не входит обязанности PR департамента?
 Ответы:

1. Проведение конференций, семинаров, брифингов.
2. Разработка стратегии развития компании.
3. Освещение событий, взаимодействие со средствами массовой информации.
4. Формирование бюджета PR-кампании

Верный ответ: 2

4. Медиа-микс - это

Ответы:

1. исследование рынка с целью продвижения продуктов, услуг.
2. методы работы со СМИ.
3. комплексное использование различных средств распространения рекламы для проведения рекламной кампании.
4. план размещения информационных материалов в различных СМИ

Верный ответ: 3

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 75

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: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

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

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.