

**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
Введение в профессию и терминология профессиональной деятельности**

**Москва
2021**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

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

(подпись)

А.А. Веселов

(расшифровка
подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень, ученое
звание)

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

(подпись)

А.А. Веселов

(расшифровка
подписи)

Заведующий
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое
звание)

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

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка
подписи)

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-4 способен проводить контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ

ИД-1 Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ

ИД-2 Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Вопросы терминологии (Тестирование)
2. Специфика взаимодействия с внешней средой СО (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Лингвистическая интерпретация функционирования англоязычных PR- терминов (Эссе)
2. Описание PR-терминологии (Контрольная работа)
3. Сферы применения СО (Контрольная работа)

БРС дисциплины

4 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	3	6	9	12	15
Введение в профессию						
История предмета. Понятие и определение СО	+					
Сферы применения СО	+					
Внешняя среда организации						
Специфика взаимодействия с внешней средой в СО			+			
Имидж-основа основ СО			+			

Работа со средствами массовой информации. Коммуникации в СО		+			
Теоретические основы исследования особенностей формирования PR-терминологии					
Актуальные проблемы развития терминологии			+		
Социокоммуникативный феномен PR: дефиниции и метаязыковые особенности			+		
Роль терминов в создании понятийного аппарата предметной области			+		
Основные аспекты описания PR-терминологии					
Основные особенности PR-коммуникации. PR-дискурс и его характерные черты				+	
Специфика терминов предметной области Public Relations				+	
Лингвистическая интерпретация функционирования англоязычных PR- терминов: графико-фонетический, лексико-грамматический и лингвокультурологический аспекты					
Методология, методы и материалы исследования					+
Грамматическая адаптация основных PR-терминов					+
Вес КМ:	20	10	25	15	30

\$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
ПК-4	ИД-1 _{ПК-4} Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ	Знать: сферы применения связей с общественностью Уметь: работать со средствами массовой информации проводить пресс-конференции	Сферы применения СО (Контрольная работа) Специфика взаимодействия с внешней средой СО (Тестирование) Лингвистическая интерпретация функционирования англоязычных PR-терминов (Эссе)
ПК-4	ИД-2 _{ПК-4} Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	Знать: способы адаптации англоязычных PR-терминов в русском языке Уметь: применять современные словари PR-лексики и глоссарии	Вопросы терминологии (Тестирование) Описание PR-терминологии (Контрольная работа)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Сферы применения СО

Формы реализации: Письменная работа

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 особенностей сферы применения СО

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: работать со средствами массовой информации	<ol style="list-style-type: none">1.Приведите примеры какие науки наиболее близки СО? Ответ обоснуйте2.Объясните какова взаимосвязь следующих понятий: СО и прибыль в сфере бизнеса3.Укажите чем отличается применения СО в политике и в исполнительных органах власти4.Дайте объяснение третьему сектору. Какова его роль в развитии общества
---	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами Оценка "не зачтено"

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или не соответствует заданию

КМ-2. Специфика взаимодействия с внешней средой СО

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 10

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 45 минут. Количество попыток не более 3-х. 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 особенностям внешней среды организации

Контрольные вопросы/задания:

Знать: сферы применения связей с общественностью	1.Какие из перечисленных свойств внешней среды являются верными?
--	--

	<p>1.Объективна 2.Динамична и переменчива 3.Внешняя среда часто влияет на нашу деятельность не прямо, а косвенно, опосредованно 4.Все варианты верные. Ответ:4</p> <p>2.Какие из перечисленных задач в системе связей с общественностью верны? 1.Создание сети отношений с целевой аудиторией 2.Изучение информационных запросов целевой аудитории 3.Координация разных видов отношений с целевой аудиторией 4.Сглаживание противоречий между организацией и судебной властью 5.Распространение заведомо ложной информации о конкурентах с целью успешного продвижения своей организации 6.Подготовка аналитических отчетов по состоянию рынка с целью более успешной работы с целевой аудиторией Ответ: 1,2,3</p> <p>3.Какой технологичной категории имиджа не существует? 1.Реальный имидж 2.Виртуальный имидж 3.Искомый имидж 4.Зеркальный имидж Ответ: 2</p>
--	--

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 на 80 %

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

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

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

КМ-3. Вопросы терминологии

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 45 минут. Количество попыток не более 3-х. 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 особенностям формирования PR-терминологии

Контрольные вопросы/задания:

<p>Знать: способы адаптации англоязычных PR-терминов в русском языке</p>	<p>1. Спонсорство — это</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предоставление подарков постоянным покупателям 2. Раздача бесплатных образцов продукции 3. Один из способов занижения налоговой базы 4. Предоставление благотворительных взносов для финансирования социально-значимых мероприятий <p>Ответ: 4</p> <p>2. Как переводится Public Relations?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Связь с потребителями 2. Связи с общественностью 3. Общественные связи 4. Имидж фирмы <p>Ответ: 2</p> <p>3. Достоинством Public Relations является:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Четкое измерение результата 2. Для запуска информационных сообщений не требуется разрешения третьих лиц 3. Простая схема контроля за движением коммуникационных обращений 4. Создание добропорядочной репутации компании <p>Ответ: 4</p>
--	---

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 на 80 %

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

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

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

КМ-4. Описание PR-терминологии

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

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 PR-терминологии

Контрольные вопросы/задания:

<p>Уметь: применять современные словари PR-лексики и глоссарии</p>	<p>1. Укажите каковы принципы образования термина? Принцип предметности в терминологии. 2. Что такое денотат и референт? 3. Абстрактные термины в науке. Язык синтаксического исчисления. Принцип однозначности: символ и термин, один и множество денотатов</p> <p>2. Расскажите про принцип осмысленности в терминологии. Принцип специфичности употребления. Принцип воспроизводимости в речи. 2. Классики отечественной и зарубежной терминологии. 3. Что такое формально выраженная мотивация и автоматизм применения в системе терминообразования</p> <p>3. Объясните: PR терминология, как важная часть социально - экономической терминологии. Феномен транстерминологизации. 2. Структура терминополья «PR». Анализ терминологических источников и практического материала предметной области PR. 3. Специальные термины, отражающие область специальных знаний в PR. Непроизводные и производные термины. Термины с одним и множеством значений. Предпочтительные и эквивалентные термины. Теория терминотворчества. Упорядоченная терминология</p> <p>4. Объясните метаязыковую функцию дискурса. Каковы метаязыковые особенности терминологии в предметной области рекламы? 2. Каковы системообразующие признаки PR-дискурса? 3. Что такое институциональность, специфическая информативность, смысловая неопределенность, фантомность, фидеистичность, эзотеричность, дистанцированность, театральность, динамичность</p>
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или не соответствует заданию

КМ-5. Лингвистическая интерпретация функционирования англоязычных PR-терминов

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Эссе

Вес контрольного мероприятия в БРС: 30

Процедура проведения контрольного мероприятия: Готовые эссе отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение особенностей лингвистической интерпретации функционирования англоязычных PR- терминов

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: проводить пресс-конференции	<ol style="list-style-type: none">1. Определите специфику терминологии PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях2. Укажите основные этапы развития терминологии PR в России3. Порассуждайте на тему: Коммуникация как социальное действие4. Порассуждайте на тему: Схема коммуникации К. Шеннона5. Объясните понятие бренд. Концепция формирования бренда6. Укажите правила написания грантовой заявки как технологии привлечения инвестиций7. Укажите задачи и функции терминологии PR в современной языковой культуре
------------------------------------	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или не соответствует заданию

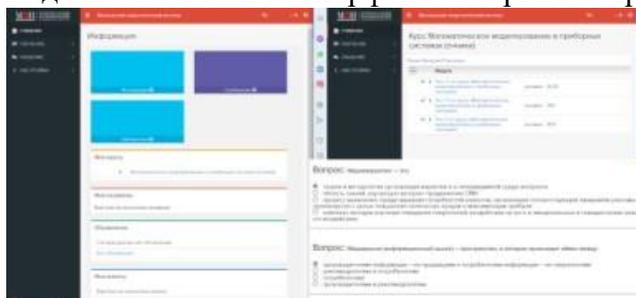
СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4 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-1пк-4 Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ

Вопросы, задания

1. Укажите чем отличается применения СО в политике и в исполнительных органах власти
2. Что такое формально выраженная мотивация и автоматизм применения в системе терминологии
3. Метаязыковая функция дискурса. Каковы метаязыковые особенности терминологии в предметной области рекламы
4. Каковы принципы образования термина? Принцип предметности в терминологии
5. Что такое фидеистичность

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Какие из перечисленных свойств внешней среды являются верными?

Ответы:

1. Объективна 2. Динамична и переменчива 3. Внешняя среда часто влияет на нашу деятельность не прямо, а косвенно, опосредованно 4. Все варианты верные.

Верный ответ: Ответ:4

2. Спонсорство — это

Ответы:

1. Предоставление подарков постоянным покупателям 2. Раздача бесплатных образцов продукции 3. Один из способов занижения налоговой базы 4. Предоставление благотворительных взносов для финансирования социально-значимых мероприятий

Верный ответ: Ответ: 4

3. Достоинством Public Relations является:

Ответы:

1. Четкое измерение результата 2. Для запуска информационных сообщений не требуется разрешения третьих лиц 3. Простая схема контроля за движением коммуникационных обращений 4. Создание добропорядочной репутации компании

Верный ответ: Ответ: 4

4. Какие факторы влияют на формирование связей с общественностью?

Ответы:

1. Характеристики целевой аудитории 2. Погодные условия 3. Континуитетная цезура 4. Международные отношения

Верный ответ: 1

5. Достоинством Public Relations является:

Ответы:

1. Четкое измерение результата 2. Для запуска информационных сообщений не требуется разрешения третьих лиц 3. Простая схема контроля за движением коммуникационных обращений 4. Создание добропорядочной репутации компании

Верный ответ: 4

2. Компетенция/Индикатор: ИД-2ПК-4 Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции

Вопросы, задания

1. Приведите примеры какие науки наиболее близки СО? Ответ обоснуйте
2. Что такое денотат и референт
3. Каковы системообразующие признаки PR-дискурса
4. Абстрактные термины в науке. Язык синтаксического исчисления. Принцип однозначности: символ и термин, один и множество денотатов
5. Что такое институциональность

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Какие из перечисленных задач в системе связей с общественностью верны?

Ответы:

1. Создание сети отношений с целевой аудиторией 2. Изучение информационных запросов целевой аудитории 3. Координация разных видов отношений с целевой аудиторией 4. Сглаживание противоречий между организацией и судебной властью 5. Распространение заведомо ложной информации о конкурентах с целью успешного продвижения своей организации 6. Подготовка аналитических отчетов по состоянию рынка с целью более успешной работы с целевой аудиторией

Верный ответ: Ответ: 1,2,3

2. Какой технологичной категории имиджа не существует?

Ответы:

1. Реальный имидж 2. Виртуальный имидж 3. Искомый имидж 4. Зеркальный имидж

Верный ответ: Ответ: 2

3. Как переводится Public Relations?

Ответы:

1.Связь с потребителями 2.Связи с общественностью 3.Общественные связи 4.Имидж фирмы

Верный ответ: Ответ:2

4.Какие задачи не решает паблик рилейшнз?

Ответы:

1.Контролирование производственного процесса на предприятии 2.Оптимизация маркетинговой политики 3.Управление финансами 4.Сглаживание последствий инфляции

Верный ответ: 1

5.Постановка задач PR-кампании обосновывается:

Ответы:

1.Желанием PR-менеджера 2.Деятельностью фирм-конкурентов 3.Результатами маркетинговых исследований 4.Необходимостью куда-нибудь вложить свободные денежные средства

Верный ответ: 3

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы на все вопросы даны верно. Четко сформулированы особенности практических решений. Студент показал при ответе на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, что владеет материалом изученной дисциплины, свободно применяет свои знания для объяснения различных явлений

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки. Студент правильно выполнил задание и в основном правильно ответил на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, но допустил при этом незначительные ошибки

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. Студент в ответах на вопросы экзаменационного билета допустил существенные и даже грубые ошибки, но затем исправил их сам, либо наметил правильный путь его выполнения

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»