

**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
2022**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

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

(подпись)

И.Л.

Телегина

(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-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. Аналитический сегмент работы отдела по связям с общественностью (Контрольная работа)
2. Исследовательский сегмент работы отдела по связям с общественностью (Контрольная работа)
3. Методика планирования работы и организации труда в рамках отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа)
4. Работа отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных кампаний (Контрольная работа)
5. Специфика работы аналитического функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа)
6. Специфика работы творческого функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа)
7. Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью (Тестирование)
8. Функционально-организационные принципы построения отдела по связям с общественностью (Контрольная работа)
9. Эффективность PR-подразделений (Контрольная работа)

БРС дисциплины

8 семестр

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	+	+	+	
Отдел рекламы	+	+	+	
Основные направления деятельности рекламного и PR отделов	+	+	+	
Творческое направление: разработка идей и концепций, работа с текстами в рекламе и связях с общественностью	+	+	+	
Исследовательский сегмент работы отдела по связям с общественностью				
Работа отделов связей с общественностью и рекламы по связям со СМИ	+	+	+	
Аналитическое направление деятельности PR-службы	+	+	+	
Переговоры в работе отделов рекламы и связей с общественностью	+	+	+	
Основы профессиональной коммуникации	+	+	+	
Аналитический сегмент работы отдела по связям с общественностью				
Конфликтология	+	+	+	
Эффективные восходящие и нисходящие коммуникации в организации	+	+	+	
Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью				
Оценка эффективности рекламной и PR деятельности				+
Вес КМ:	25	25	25	25

9 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-5	КМ-6	КМ-7	КМ-8	КМ-9
	Срок КМ:	2	5	7	10	13
Работа отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных кампаний						
Методы управления проектами	+					
Специфика работы творческого функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью						
Работа с потребителями отдела PR и рекламы		+				
Специфика работы аналитического функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью						
Работа с потребителями онлайн				+		
Организационный блок отдела по рекламе и связям с общественностью. Методики планирования работы и организации труда в рамках отдела по рекламе и связям с общественностью						
Правила организации PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях					+	+

Оценка эффективности PR-деятельности					
Публичное выступление в профессиональной деятельности PR-специалиста				+	+
Вес КМ:	15	20	30	15	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
ПК-1	ИД-1 _{ПК-1} Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	Знать: управленческие принципы работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью Уметь: комментировать и интерпретировать корпоративную политику	Функционально-организационные принципы построения отдела по связям с общественностью (Контрольная работа) Исследовательский сегмент работы отдела по связям с общественностью (Контрольная работа) Аналитический сегмент работы отдела по связям с общественностью (Контрольная работа) 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: составлять техническое задание для сотрудника творческого блока использовать принципы и механизмы выстраивания эффективных взаимоотношений внутри отдела по рекламе и связям с общественностью	Специфика работы творческого функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа) Специфика работы аналитического функционального блока отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа)
ПК-1	ИД-4 _{ПК-1} Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования,	Знать: работу отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных	Работа отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных кампаний (Контрольная работа) Методика планирования работы и организации труда в рамках отдела по рекламе и связям с общественностью (Контрольная работа) Эффективность PR-подразделений (Контрольная работа)

	социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	кампаний Уметь: осуществлять мониторинг состояний информационной среды	
--	--	--	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

8 семестр

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

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

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: комментировать и интерпретировать корпоративную политику	1. 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

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

КМ-2. Исследовательский сегмент работы отдела по связям с общественностью

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 об исследовательском сегменте работы отдела по связям с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: комментировать и интерпретировать корпоративную политику	1.Приведите по 1-2 примера успешного, на ваш взгляд, интервью и по 1-2 примера провального. Обоснуйте с использованием характеристик отдельных этапов интервью
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

КМ-3. Аналитический сегмент работы отдела по связям с общественностью

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 об аналитическом сегменте работы отдела по связям с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: комментировать и интерпретировать корпоративную политику	1. Охарактеризуйте степень эффективности этих коммуникаций. Какие из них вы считаете провальными – и какие из правил эффективных коммуникаций в них не соблюдаются? Какие коммуникации можно считать успешными – благодаря соблюдению каких правил
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно 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 управленческим и этическим принципам работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

<p>Знать: управленческие принципы работы начальника отдела по рекламе и связям с общественностью</p>	<p>1.Для руководителя отдела рекламы и связей с общественностью следующий подход к управлению неактуален:</p> <ol style="list-style-type: none">1. ситуационный2. системный3. процессный4. проектный5. нет правильного ответа <p>Ответ : 5</p> <p>2.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. Примеры – специальные события, PR и рекламные кампании, решение отдельных задач.</p> <ol style="list-style-type: none">1. системный2. субстратный3. процессный4. проектный <p>Ответ : 4</p> <p>3.Поддержание этического статуса организации является обязанностью</p> <ol style="list-style-type: none">1. руководителя PR департамента2. HR специалиста3. руководителя предприятия4. психолога предприятия
--	--

Ответ : 4

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

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

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: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время отведенное на выполнение задания не более 30 минут. Количество попыток не более 3х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь изучивший материалы, авторизованных уникальным логином и паролем

Краткое содержание задания:

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

Контрольные вопросы/задания:

Знать: работу отдела по рекламе и связям с общественностью в рамках создания коммуникационных кампаний	<ol style="list-style-type: none">1.Выберите 3 самые успешные PR-кампании из предложенного материала2.Какую из PR-кампаний можно описать как проект с каскадным управлением3.Какие должностные обязанности у менеджера проекта в рамках создания коммуникационных кампаний
--	--

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 преимущественно верно

Оценка: 4

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Уметь: использовать принципы и механизмы выстраивания эффективных взаимоотношений внутри отдела по рекламе и связям с общественностью	1.Изучите на свой выбор 2 самые успешные PR-кампании из предложенного материала 2.Опишите PR-кампании с точки зрения отношения компании с потребителями: информирование о нём средствами рекламы и PR 3.Опишите PR-кампании с точки зрения отношения компании с потребителями: привлечение дополнительных ресурсов, например, спонсорство и т.п. Используйте не менее 6 пунктов в своём анализе
---	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно 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: 30

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:

Уметь: составлять техническое задание для сотрудника творческого блока	1.Опишите 2 ситуации, когда негативные отзывы могут существенно навредить имиджу и репутации компании, и, используя шаблоны ответов на негативные выпады против компании на онлайн ресурсах из предложенных материалов 2.Используйте шаблоны из приложения для ответа. Какие ответы будут уместны на словесные атаки 3.Создайте шаблон для ответа на фальшивые негативные отзывы
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

КМ-8. Методика планирования работы и организации труда в рамках отдела по рекламе и связям с общественностью

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

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

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение методики планирования работы и организации труда в рамках отдела по рекламе и связям с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: осуществлять мониторинг состояний информационной среды	1.Приведите примеры 2-3-х успешных фандрайзинговых кампаний и объясните причины их успешности, опираясь на правила проведения
---	---

	<p>фандрайзинговых компаний, опираясь на правила организации PR-деятельности фандрайзинговых компаний</p> <p>2.Разработайте план фандрайзинговой кампании в общих чертах: а) каковы её цели (привлечение денежных средств, волонтеров, наращивание социального капитала; б) кто могли бы выступить вашими инвесторами и лидером волонтеров; в) перечислите по 3+ мотива для инвесторов и волонтеров вложиться в вашу кампанию; г) какие каналы для обращения к потенциальным донорам вы будете использовать</p> <p>3.Ознакомьтесь с правилами составления питчинговой презентации</p>
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

<p>Уметь: осуществлять мониторинг состояний информационной среды</p>	<p>1.Составьте свою речь для обращения к потенциальным инвесторам по проекту и опишите ситуацию произнесения речи</p>
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

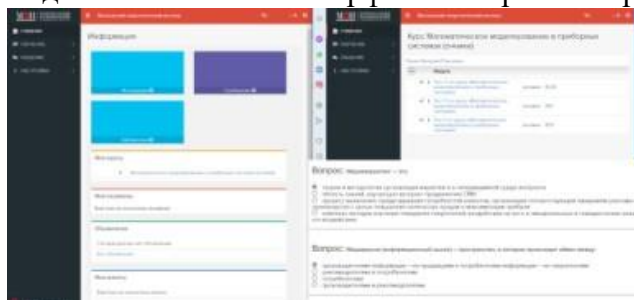
СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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. Отдел связей с общественностью. Структура, основные направления работы, функционал сотрудников
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. 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
2. В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?
Ответы:

1. Существуют в виде кодексов профессионального поведения 2. Существуют в виде государственных стандартов качества 3. Существуют в виде законодательно установленных правил

Верный ответ: 1

3. Что не может регулироваться нормами права в PR сфере

Ответы:

1. Субъекты информационного воздействия 2. Результаты PR акций 3. Формы коммуникаций 4. Средства передачи информации

Верный ответ: 2

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

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

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

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

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

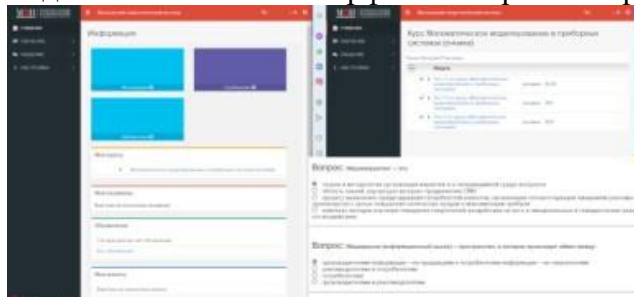
Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих

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-3ПК-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.Методология в управлении проектами. Водопад, каскадная методология. Особенность методологии
- 2.Менеджер проекта. Методология в управлении проектами. Водопад, каскадная методология
- 3.Работа с потребителями онлайн. Размещение постов в крупных пабликах

Материалы для проверки остаточных знаний

1.Контрибутор – ключевая фигура в:

Ответы:

1. креативном бюро. 2. фандрайзинге. 3. лоббировании. 4. правительственном PR

Верный ответ: 2

2.В чём заключается отличие цели рекламы от PR?

Ответы:

1. Формирование ситуации успеха фирмы. 2. Сбыт товаров или услуг. 3. Формирование управляемого имиджа. 4. Решение нестандартных задач и устранение противоречий с общественностью

Верный ответ: 2

3.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

4.В функции PR специалиста входит:

Ответы:

1. предоставление работникам других отделов компании информации для профессионального выполнения ими своих функций. 2. разработка системы поощрений и мотивации трудоспособности работников. 3. анализ конкурентной среды, работающей в схожем сегменте бизнеса. 4. создание благоприятной рабочей обстановки в коллективе

Верный ответ: 4

2. 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. Правила организации PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях. Ключевые задачи
2. Основные правила ведения кампании. Методы и формы фандрайзинга. Типы кампаний
3. Определите функции специалиста по PR

Материалы для проверки остаточных знаний

1. 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

2. Что используется в PR для влияния на общественное мнение

Ответы:

1. информация
2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства

Верный ответ: 1

3. Каскад – это

Ответы:

1. метод управления поведением людей в фокус-группе.
2. метод управления проектами с непрерывным учётом мнения заказчика.
3. метод управления проектами с фиксированными стартовыми показателями.
4. метод рассылки в Direct-mail

Верный ответ: 3

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

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

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

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

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