

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«История России»



1. *Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания*

КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1	Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
	Знать: основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
	Уметь: осуществлять межкультурную и историческую коммуникации.
	Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов истории
	Показатель оценивания: владение принципами исторического анализ в контексте современного понимания ситуации

УК-5.2	Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
	Знать: этические и межкультурные нормы
	Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
	Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
	Показатель оценивания: владение принципами исторического анализ в контексте современного понимания ситуации

УК-5.3	Способен анализировать философские и исторические факты, социо-культурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
	Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
	Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
	Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
	Показатель оценивания: владение принципами исторического анализ в контексте современного понимания ситуации

ОПК-2.	Способен разрабатывать и реализовывать управленческие решения, меры регулирующего воздействия, в том числе контрольно-надзорные функции, государственные и муниципальные программы на основе анализа социально-экономических процессов;
ОПК-2.2	Участвует в анализе социально-экономических процессов и проблем
	Знать: сущность анализа социально-экономических процессов
	Уметь: анализировать социально-экономические процессы и программы
	Владеть: навыками анализа социально-экономических процессов и проблем
	Показатель оценивания: анализ социально-экономических процессов и проблем

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

5.1	Знать: • базовые термины и понятия исторической науки; • основные закономерности и этапы России в истории человечества и на современном этапе; • основные даты, события, ключевые персоналии, термины и понятия.
-----	---

5.2	Уметь: • ориентироваться в современных вопросах социально-экономической и государственной политической жизни страны; • анализировать и оценивать социально-экономическую и политическую информацию
5.3	Владеть: • конкретными научными знаниями по истории России; • навыками работы с основной учебной и справочной литературой по отечественной истории и наиболее значимыми группами опубликованных исторических источников

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1	Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации	
Уметь: осуществлять межкультурную и историческую коммуникации.	
Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов исторического развития	
Показатель оценивания: владение принципами исторического анализа в контексте современного понимания ситуации	

Вариант I

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. «Историю государства российского» написал историк...

- а) Н.М. Карамзин
- б) В.Н. Татищев
- в) В.О. Ключевский
- г) М.В. Ломоносов
- д) С.М. Соловьёв

2. Создателем Российской академии наук являлся...

- а) Петр I
- б) Екатерина II
- в) М.В. Ломоносов
- г) Николай I
- д) Александр II

3. Автором «Повести временных лет» считают монаха...

- а) Алексия
- б) Нестора
- в) Макария
- г) Гавриила
- д) Сергия

4. Дайте определение. Археология –

5. Охарактеризуйте итоги правления исторического деятеля с позиций пользы и вреда для России. Иван Грозный

Польза	Вред
1.	1.
2.	2.
3.	3.

6. Елизавета Петровна и Анна Иоановна. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России?

Доводы в защиту	Доводы в защиту

7. Иван Грозный и Иосиф Сталин Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, нанес России более значительный вред?

Плохие дела первого	Плохие дела второго

8. Перечислите наиболее значимые для процветания России события в X веке и укажите год, в который они произошли

Вариант II

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Как, согласно Норманнской теории, объясняется название государства – «Русь»?

- а) это племя, из которого происходили варяги, призванные на Русь
- б) от названия реки Рось

- в) от имени первого русского князя
- г) от названия славянского племени, жившего в районе Киева
- д) от названия народа роксоланы

2. Владимир Святой приходился Святославу Игоревичу...

- а) сыном
- б) братом
- в) правнуком
- г) племянником
- д) внуком

3. «Русскую Правду» начали составлять при князе...

- а) Владимире Святом
- б) Ярославе Мудром
- в) Святополке Окаянном
- г) Юрии Долгоруком
- д) Андрее Боголюбском

4. Дайте определение. Исторический процесс -

5. Охарактеризуйте итоги правления исторического деятеля с позиций пользы и вреда для России. Петр Первый

Польза	Вред
1.	1.
2	2
3.	3.

6. Владимир Креститель и Ярослав Мудрый. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России?

Доводы в защиту	Доводы в защиту

7. Борис Годунов и Василий Шуйский. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, нанес России более значительный вред?

Плохие дела первого	Плохие дела второго

8. Перечислите наиболее значимые для процветания России события в XI веке и укажите год, в который они произошли

УК-5.2 Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм

Показатель оценивания: владение принципами исторического анализ в контексте современного понимания ситуации

Вариант I

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Основателем Москвы являлся князь...

- а) Юрий Долгорукий
- б) Юрий Всеволодович
- в) Андрей Боголюбский
- г) Всеволод Большое Гнездо
- д) Александр Невский

2. Чем характеризовалось золотоордынское иго на Руси?

- а) стремлением татар уничтожить как можно больше русских людей
- б) обязанностью всех русских князей предоставлять монголам свои войска
- в) включением русских земель в состав Золотой Орды
- г) обязанностью всех русских князей в Орде получать ярлыки на право княжения
- д) насаждением на Руси ислама

3. Подчинился Золотой Орде и обеспечил Владимиро-Суздальской Руси передышку от вторжений кочевников...

- а) Александр Невский
- б) Владимир Мономах
- в) Иван Калита
- г) Юрий Всеволодович
- д) Всеволод Большое Гнездо

4. Дайте определение. Историография –

5. Охарактеризуйте итоги правления исторического деятеля с позиций пользы и вреда для России. Екатерина Вторая

Польза	Вред
1.	1.
2.	2.
3.	3.

6. Святослав и Владимир Мономах.. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России?

Доводы в защиту	Доводы в защиту

7. Павел Первый и Никита Хрущев Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, нанес России более значительный вред?

Плохие дела первого	Плохие дела второго

8. Перечислите наиболее значимые для процветания России события в XII веке и укажите год, в который они произошли

Вариант II

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Местничество - это
 - а) система местного самоуправления в Московской Руси
 - б) порядок занятия государственных должностей в зависимости от древности рода и заслуг предков перед царём
 - в) служба казаков московскому царю
 - г) административная единица, введённая при Иване III
 - д) часть земель, выделенных Иваном Грозным в особое управление

2. Майорат – это...
 - а) чин в русской армии
 - б) наёмник на службе русских царей
 - в) передача власти старшему в княжеском роде
 - г) система занятия государственных должностей в зависимости от знатности рода и заслуг предков перед государством
 - д) передача власти по наследству от отца старшему сыну

3. Борис Годунов пришел к власти...
 - а) как близкий родственник Ивана Грозного
 - б) будучи избран на престол Земским собором
 - в) в результате заговора против царя Федора Ивановича
 - г) в результате договора с членами боярской думы
 - д) унаследовав престол по завещанию Федора Ивановича

4. Дайте определение. Хронология –

5. Охарактеризуйте итоги правления исторического деятеля с позиций пользы и вреда для России. Александр Второй

Польза	Вред
1.	1.
2.	2.
3.	3.

6. Василий Второй и Иван Третий. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России?

Доводы в защиту	Доводы в защиту

7. М.С. Горбачев и В.И. Ленин Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, нанес России более значительный вред?

Плохие дела первого	Плохие дела второго

8. Перечислите наиболее значимые для процветания России события в XIII веке и укажите год, в который они произошли

УК-5.3 Способен анализировать философские и исторические факты, социо-культурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Показатель оценивания: владение принципами исторического анализ в контексте современного понимания ситуации
ОПК-2. Способен разрабатывать и реализовывать управленческие решения, меры регулирующего воздействия, в том числе контрольно-надзорные функции, государственные и муниципальные программы на основе анализа социально-экономических процессов;
ОПК-2.2 Участвует в анализе социально-экономических процессов и проблем
Знать: сущность анализа социально-экономических процессов
Уметь: анализировать социально-экономические процессы и программы
Владеть: навыками анализа социально-экономических процессов и проблем
Показатель оценивания: анализ социально-экономических процессов и проблем

Вариант I

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

- Какой русский царь получил прозвище «Тишайший»?
 - Алексей Михайлович
 - Борис Годунов
 - Федор Иванович
 - Федор Алексеевич
 - Михаил Федорович
- Екатерина II приходилась Петру III
 - сестрой
 - матерью
 - внучкой
 - женой
 - дочерью
- Кто из императоров пришел к власти в результате дворцового переворота?
 - Павел I
 - Александр I
 - Николай I
 - Александр II
 - Александр III

4. Дайте определение. Империя –

5. Охарактеризуйте итоги правления исторического деятеля с позиций пользы и вреда для России. Иосиф Сталин

Польза	Вред
1.	1.
2	2
3.	3.

6. Дмитрий Донской и Александр Невский. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России?

Доводы в защиту	Доводы в защиту

7. Екатерина Первая и Анна Иоановна Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, нанес России более значительный вред?

Плохие дела первого	Плохие дела второго

8. Перечислите наиболее значимые для процветания России события в XIVвеке и укажите год, в который они произошли

Вариант II

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Кто из российских императоров был провозглашён магистром Мальтийского ордена?

- а) Павел I
- б) Александр I
- в) Николай I
- г) Александр II
- д) Александр III

2. 19 февраля 1861 г. Александр II подписал манифест:

- а) «О всемилостивейшем даровании крепостным людям прав состояния свободных сель-ских обывателей»
- б) «О вольных хлебопашцах»
- в) «О государственных крестьянах»
- г) « О незыблемости самодержавия»
- д) «Об усовершенствовании государственного порядка»

3. В первой мировой войне воевали...

- а) Англия, Россия, Германия против Франции, Италии, Австро-Венгрии
- б) Англия, Франция Россия против Германии, Италии, Турции
- в) Англия, Франция, Россия против Германии, Австро-Венгрии, Турции
- г) Англия, Германия, Франция против России, Австро-Венгрии, Италии
- д) Франция, Россия, Италия против Германии, Англии, США

4. Дайте определение. Монархия –

5. Охарактеризуйте итоги правления исторического деятеля с позиций пользы и

вреда для России. Никита Хрущев

Польза	Вред
1.	1.
2.	2.
3.	3.

6. Рюрик и Петр Великий. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России?

Доводы в защиту первого	Доводы в защиту второго

7. Николай Первый и Л.И. Брежнев. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, нанес России более значительный вред?

Плохие дела первого	Плохие дела второго

8. Перечислите наиболее значимые для процветания России события в XV веке и укажите год, в который они произошли

Вопросы к экзамену «История России»

Каждый билет оценочных материалов содержит 2 теоретических заданий и 1 практическое, сравнительное, задание.

БИЛЕТ 1

Образование Древнерусского государства.

Внутренняя политика Николая I.

Елизавета Петровна и Анна Иоановна. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 2

Общественный и государственный строй Киевской Руси (IX – XI вв.).

Крымская война 1853 – 1856 гг.

Владимир Креститель и Ярослав Мудрый. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто

из них, по Вашему мнению, внес большой вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 3

Крещение Руси. Причины и историческое значение принятия христианства.

Отмена крепостного права в России: причины реформы, ход, результаты.

Святослав и Владимир Мономах. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес большой вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 4

Причины, характер и особенности политической раздробленности. Русские земли в XII – XIV вв.

Реформы Александра II

Василий Второй и Иван Третий. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес большой вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 5

Монгольское нашествие на Русь. Характер и особенности Ордынского господства (XIII–XV вв.).

Реформы Александра III.

Дмитрий Донской и Александр Невский. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес большой вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 6

Русские земли и Запад в XIII – XIV вв.

Первая Российская революция 1905 – 1907 гг.

Рюрик и Петр Великий. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 7

Предпосылки объединения русских земель. Возвышение Москвы (XIV – XV вв.).

Реформы П. А. Столыпина.

Иван Грозный и Иосиф Сталин. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 8

Правление Ивана IV Грозного. Реформы Избранной рады. Опричнина.

Россия в Первой мировой войне 1914 – 1918 гг.

Борис Годунов и Василий Шуйский. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 9

Внешняя политика России в период правления Ивана IV Грозного.

Историческое развитие России от Февраля к Октябрю 1917 г.

Алексей Михайлович и Никита Хрущев. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 10

«Смутное Время» в истории государства Российского.

Причины, характер, особенности и последствия Гражданской войны и интервенции в России.

Михаил Федорович и Александр Второй. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 11

Сословно-представительная монархия как форма государственного правления в России (середина XVI в. – середина XVII в.).

Политика «военного коммунизма».

Петр Великий и В.И. Ленин. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 12

Социально-экономическое развитие России в XVII в. Церковный раскол.

Образование СССР.

Екатерина Первая и Анна Иоановна. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 13

Внешняя политика России в XVII в. Дальнейшее расширение территории России.

НЭП: причины введения, сущность и результаты.

Елизавета Петровна и Екатерина Вторая. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 14

Основные этапы формирования и сущность крепостного права в России.

Внутрипартийная борьба за власть в 1920-е гг. и её влияние на ситуацию в стране.

Павел Первый и Н.С. Хрущев. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 15

Государственные преобразования и социальная политика Петра I.

Индустриализация и коллективизация в СССР.

Александр Первый и Николай Второй. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 16

Внешняя политика Петра I.

Политический режим в 1930-е гг. Чистки и политические репрессии.

Александр Первый и Александр Третий. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 17

Преобразования в области промышленности, торговли, финансов, образования и культуры Петра I.

Советская внешняя политика в 1920-1930-е годы: инициативы, методы, итоги.

Николай Первый и Александр Второй. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 18

Абсолютная монархия как форма государственного правления. Особенности российской самодержавия.

Причины и следствия Второй мировой войны.

Николай Первый и Л.И. Брежнев. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 19

Россия в эпоху дворцовых переворотов XVIII в.

Основные этапы Великой Отечественной войны 1941-45 гг.

Александр Второй и М.С. Горбачев. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 20

Екатерина II. «Просвещенный абсолютизм» в России.

Политическое развитие страны в 1945 – 1953 гг.

Александр Третий и Александр Второй. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 21

Крестьянские войны XVII и XVIII вв.: причины, характер, последствия.

«Оттепель» в общественно-политической и культурной жизни страны. XX съезд КПСС.

Александр Третий и Екатерина Вторая. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 22

Внешняя политика России во второй половине XVIII в.

Социальная и экономическая политика Н. С. Хрущёва (1953 – 1964 гг.).

Петр Первый и Иван Грозный. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 23

Внутренняя политика Александра I. Реорганизация государственного управления.

Особенности социально-экономического развития страны в 1960 – 1980-е гг.

Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 24

Отечественная война 1812 г.

«Перестройка» 1985 – 1991 гг. в СССР. Распад СССР. Образование СНГ.

М.С. Горбачев и Б.Н. Ельцин. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте.

БИЛЕТ 25

Восстание декабристов.

Внешняя политика СССР в 1945-1991 гг.: основные направления.

Ю.В. Андропов и А.Н. Косыгин. Сопоставьте двух исторических деятелей. Кто из них, по Вашему мнению, внес больший вклад в развитие и процветание России? Ответ обоснуйте

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет и экзамен проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Творческое сравнительное задание

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Всеобщая история»



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1: Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: : основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
Уметь: осуществлять межкультурную коммуникации
Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов исторического развития
Показатель оценивания: знание технологии ведение межкультурной коммуникации с учетом базовых категорий философии и законов исторического развития
УК – 5.2: Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Показатель оценивания: знание особенностей ведение коммуникации с соблюдением этических и межкультурных норм
УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Показатель оценивания: знание особенностей участия в межкультурной коммуникации в условиях возникновения конфликтной ситуации.
Владеть: определять причинно-следственные связи между экономическими явлениями и процессами
Показатель оценивания: навыки анализа экономических показателей на микро и макроуровне количественный и качественный анализ деятельности; понимание причинно-следственных связей между экономическими явлениями и процессами
ОПК-3.2: Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Знать: основные направления и стили мировой художественной культуры
Уметь: гармонично сочетать художественный образ и текст, учитывая специфические особенности средств художественной выразительности
Владеть: художественным вкусом и стилевым чутьем
Показатель оценивания: навыки анализа мировой художественной культуры

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-5.1: Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: : основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
Уметь: осуществлять межкультурную коммуникации
Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов
Показатель оценивания: знание технологии ведения межкультурной коммуникации с учетом базовых категорий философии и законов исторического развития

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1.Первобытная эпоха характеризуется:

- А. Низким уровнем развития производительных сил и их медленным совершенствованием;
- Б. Коллективным присвоением ресурсов природы и результатов производства;
- В.Личным присвоением ресурсов природы и результатов производства;
- Г. Отсутствием частной собственности, эксплуатации, классов, государств

2. Как назывался первый коллектив древнейших людей?

- А. Соседская община;
- Б. Человеческое стадо;
- В. Родовая община;
- Г. Семья

3. Что позволило первобытному человеку пережить ледниковый период?

- А. Собираательство;
- Б. Овладение огнем;
- В. Изобретение металлических орудий труда;
- Г. охота

4. Первый металл, из которого древние люди научились делать орудия труда:

- А. Железо;
- Б. Золото;
- В. Медь;
- Г. Бронза

5. Укажите правильную последовательность в развитии событий Английской буржуазной революции:

- А. Казнь короля Карла I;
- Б. Деятельность Долгого парламента;
- В. Провозглашение Англии республикой;
- Г. Славная революция. Установление монархии.

6. Дополните фразу. Номарх в Древнем Египте – это _____

7. Дополните фразу. Холодная война - это _____

8. Ситуационная задача.

Как известно, ислам является монотеистической традицией. Поясните, что это значит? Каковы основные религиозные догматы исламского вероучения?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Веру первобытных людей в колдовство, в оборотней, в душу, в высшие силы называют:

- А. Искусством;
- Б. Обрядом;
- В. Религией;
- Г. Традицией

2. Додинастический период в истории Древнего Египта завершился в:

- А. V тыс. до н.э.;
- Б. IV тыс. до н.э.;
- В. III тыс. до н.э.;
- Г. II тыс. до н.э.

3. Первый правитель объединенного Египта, основатель I династии:

- А. Нармер;
- Б. Джер;
- В. Мина;
- Г. Хасехемуи

4. Раннее царство – это время правления:

- А. I династии;
- Б. II–III династий;

- В. III династии;
Г. I–II династий;

5. Укажите правильную последовательность событий Великой Французской революции:

- А. Казнь короля Людовика XVI
Б. Созыв Генеральных Штатов
В. Взятие Бастилии
Г. Падение Якобинской диктатуры

6. Дополните фразу. Герусия в Спарте — это _____

7. Дополните фразу. Геноцид – это _____

8. Ситуационная задача.

Как известно, накануне Второй мировой войны Англия и Франция проводили в отношении фашистской Германии политику умиротворения. Как результат – переговоры по созданию системы коллективной безопасности, инициатором которых в предвоенный период являлся СССР, оказались безуспешными. Объясните, в чем состояли причины формирования антигитлеровской коалиции в первые месяцы начала войны Германии с Советским Союзом?

УК – 5.2: Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Показатель оценивания: знание особенностей ведения коммуникации с соблюдением этических и межкультурных норм

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какой фараон впервые возвел себе гробницу в форме пирамиды?

- А. Хеопс;
Б. Джосер;
В. Хефрен;
Г. Снофру

2. Борьбу за новое объединение Египта во время I Переходного периода возглавили:

- А. Гелиополь и Иераконполь;
Б. Фивы и Буто;
В. Фивы и Гераклеополь;
Г. Абидос и Буто

3. Первые шумерские города-государства сформировались в:

- А. Южном Междуречье;

- Б. Северном Междуречье;
- В. Центральном Междуречье;
- Г. Закавказье

4. Основатель Аккадского царства:

- А. Саргон Древний;
- Б. Римуш;
- В. Маништушу;
- Г. Нарам-Суэн

5. Укажите правильную последовательность событий, происходивших в США в ходе борьбы за независимость:

- А. Конституция США.
- Б. Бостонское чаепитие.
- В. Принятие Декларации независимости
- Г. Созыв II Континентального конгресса

6. Дополните фразу. Классическое рабство — это _____

7. Дополните фразу. Тоталитаризм — это _____

- 9. Ситуационная задача.** В августе 1941 г. на свет появилась Атлантическая хартия. Почему возникла необходимость в принятии Атлантической хартии? Какие державы стали ее инициаторами?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. «Царский список» был составлен во время правления:

- А. I династии Киша;
- Б. II династии Урука;
- В. I династии Иссина;
- Г. III династии Ура

2. В VIII–VII вв. до н.э. Вавилония находилась под властью:

- А. Эламитов;
- Б. Ассирийцев;
- В. Хеттов;
- Г. Египтян

3. Александр Македонский окончательно завоевал Персидскую державу в:

- А. 338 г. до н.э.;
- Б. 334 г. до н.э.;
- В. 332 г. до н.э.;
- Г. 330 г. до н.э.;

4. К числу городских центров индской цивилизации не относится:

- А. Мохенджо-Даро;
- Б. Каушамби;
- В. Хараппа;
- Г. Калибанган

5. Укажите правильную последовательность событий, происходивших в Китае в ходе Второй Опиумной войны:

- А. Инцидент на судне Эрроу
- Б. Заключение Айгунского договора с Россией

- В. Подписание Пекинского договора
Г. Подписание Тяньзинских трактатов

6. Дополните фразу. Неолитическая революция — это _____

7. Дополните фразу. Интеграция (международная) — это _____

8. Ситуационная задача. Какие цели перед собой ставило учреждение ООН? Как это было связано с существовавшей на тот момент историко-политической ситуацией?

УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Показатель оценивания: знание особенностей участия в межкультурной коммуникации в условиях возникновения конфликтной ситуации.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Индская цивилизация существовала в:

- А. XXIII–XVIII вв. до н.э.;
- Б. V–III вв. до н.э.;
- В. XIII–IX вв. до н.э.;
- Г. VIII–VI вв. до н.э.;

2. Расцвет державы Маурьев приходится на время правления:

- А. Чандрагупты I;
- Б. Чандрагупты II;
- В. Ашоки;
- Г. Сиддхарты

3. В Древней Индии династии Маурьев и Нандов покровительствовали:

- А. Индуизму;
- Б. Буддизму;
- В. Конфуцианству;
- Г. Даосизму

4. Расцвет державы Гуптов приходится на время правления:

- А. Чандрагупты I;
- Б. Ашоки;
- В. Чандрагупты II ;
- Г. Сиддхарты

5. Укажите правильную последовательность событий, происходивших в США в ходе проведения политики «Нового курса» Рузвельта:

- А. Создание Администрации регулирования сельского хозяйства
- Б. Введение закона о помощи фермерам
- В. Создание службы по охране плодородия почв
- Г. Введение закона о регулировании сельского хозяйства

6. Дополните фразу. Постиндустриальное (информационное) общество — это _____

7. Дополните фразу. Колониализм — это _____

8. Ситуационная задача. Были ли способны США и Великобритания одержать верх над Японией без вступления в войну с ней Советского Союза? Обоснуйте сделанный вывод.

Вариант 2.

1. Будда переводится как:

- А. Мудрый;
- Б. Справедливый;
- В. Воинственный;
- Г. Просветленный

2. Основатель первой древнекитайской династии Ся:

- А. Шан Ян;
- Б. У Дин;
- В. Ци;
- Г. Цинь Шихуан

3. Укажите лишний пункт. Эпохе Шан-Инь в Древнем Китае присущи следующие достижения:

- А. Употребление бронзы;
- Б. Распространение железа;
- В. Возникновение городов;
- Г. Появление письменности

4. В IX в. в Древнем Китае эпоху Шан-Инь сменила эпоха:

- А. Хань;
- Б. Цинь;
- В. Юэ;
- Г. Чжоу

5. Укажите правильную последовательность событий, происходивших в ходе Первой мировой войны:

- А. Битва на Марне
- Б. Вторжение Германии в Бельгию и Францию по плану Шлиффена
- В. Верденское сражение
- Г. Объявление Италией войны Австро-Венгрии

6. Дополните фразу. Сепаратный мирный договор — это _____

7. Дополните фразу. Исторический источник — это _____

8. Ситуационная задача. Как известно, термин «цивилизация» является многозначным. Какие трудности возникают у исследователей при интерпретации данного понятия?

тия?

ОПК-3.2: Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Знать: основные направления и стили мировой художественной культуры
Уметь: гармонично сочетать художественный образ и текст, учитывая специфические особенности средств художественной выразительности
Владеть: художественным вкусом и стилевым чутьем
Показатель оценивания: навыки анализа мировой художественной культуры

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Первое централизованное государство в Древнем Китае империя Цинь была создана в:

- А. 238 г. до н.э.;
- Б. 221 г. до н.э.;
- В. 202 г. до н.э.;
- Г. 184 г. до н.э.

2. Шицзин» – это:

- А.Памятник древнекитайской поэзии;
- Б. Древнекитайский философский трактат;
- В.Древнекитайское медицинское сочинение;
- Г. Сорник древнекитайских законов

3.Ликург был правителем:

- А. Афин;
- Б. Спарты;
- В. Фив;
- Г. Мелета

4. Метеки - это:

- А. низшее свободное сословие населения Афин;
- Б. Государственные рабы;
- В. Чужестранцы;
- Г. высшее сословие Афин

5. Укажите правильную последовательность событий, происходивших в ходе Второй мировой войны:

- А. Вторжение Германии в Польшу
- Б. Перемирие в Компьенском лесу с Францией
- В. Вторжение в Бельгию, Нидерланды, Люксембург
- Г. Бомбежки Великобритании

6.Дополните фразу. Революция — это _____

7.Дополните фразу. Исторический закон – это _____

8.Ситуационная задача. 1. В чем заключается феном экономического чуда новых индустриальных стран (НИС) Азии - Тайвань, Сингапур, Южная Корея, Малайзия. Что способствовало их бурному экономическому росту во второй половине XX века?

Вариант 2

1. Классический период развития Древней Греции:

- А. VIII – VI вв. до н.э.;
- Б. VI-IV вв. до н.э.;
- В. IV-III вв. до н.э.;
- Г. V-IV вв. до н.э.;

2. Центурия – это:

- А. Административно- территориальная единица Древнего Рима;
- Б. Военная единица римской армии;
- В. Разновидность народного собрания в Древне Риме;
- Г. Корпус легионеров

3. Переход от республики к империи в Древнем Риме произошел в:

- А. В 27 г. до н.э.;
- Б. В 27 г. н.э.;
- В. В 47 г. н.э.;
- Г. Г. 47 г. до н.э.

4. Первым императором Рима был:

- А. Гай Юлий Цезарь;
- Б. Октавиан Август;
- В. Марк Туллий Спичион;
- Г. Цицерон

5. Укажите правильную последовательность событий, происходивших в ходе Второй мировой войны:

- А. Вторжение Германии в Польшу
- Б. Перемирие в Компьенском лесу с Францией
- В. Вторжение в Бельгию, Нидерланды, Люксембург
- Г. Бомбежки Великобритании

6.Дополните фразу. Линия Мажино — это _____

7.Дополните фразу. Репарации – это _____

8.Ситуационная задача. Охарактеризуйте основные движущие силы и результаты Синьхайской революции в Китае.

Вопросы к зачету

1. Всеобщая история как наука.
2. Основные этапы исторического развития России в межкультурном разнообразии человеческого общества.
3. Функции, принципы и методы исторической науки.
4. Периодизация исторического развития человечества.
5. Периодизация первобытной эпохи человечества, основные этапы ее развития.
6. Религиозные верования первобытных людей.
7. Основные признаки развития первобытного строя.
8. Деспотическая форма правления в государствах Древнего Востока.
9. Развитие рабовладельческих отношений в древневосточных государствах.
10. Место и роль античных государств во всеобщей истории.
11. Формы государственного устройства Древней Греции и Древнего Рима.
12. Социально-политические и социально-экономические реформы античных государств и их значение.
13. Основные этапы исторического развития России в контексте Мировой истории. Ее роль и

- место в мировой цивилизации.
14. Основные этапы в развитии Западной Европы в период Средневековья: экономические, политические, мировоззренческие характеристики.
 15. Государства Востока в Средние века (Индия, Китай, Япония, Арабский халифат). Особенности их развития.
 16. Европа: переход к новому времени.
 17. Великие географические открытия и их последствия для Мировой истории.
 18. Причины и последствия буржуазной революции в Нидерландах.
 19. Английская буржуазная революция. Оливер Кромвель.
 20. Государственное развитие ведущих стран Европы XV-XVII вв.: общее и особенное.
 21. Россия в XVI-XVII вв.: основные события внутренней и внешней политики и их последствия.
 22. Европа в XVIII в.: ранние буржуазные государства и просвещенный абсолютизм.
 23. Экономическое развитие Европы в XVIII в. Начало промышленного переворота в Англии.
 24. Великая французская революция.
 25. Международные отношения в Европе в XVIII в.
 26. Колониальная политика европейских держав.
 27. Война за независимость в английских колониях в Северной Америке.
 28. Международные отношения и революционное движение в странах Европы в XIX в.
 29. Буржуазные революции в США, Латинской Америке, Японии.
 30. Формирование буржуазной цивилизации.
 31. Наполеоновские войны
 32. Мировые войны XX столетия: причины и последствия.
 33. Европа в XX столетии: общее и особенное в социально-историческом, этическом, и культурном развитии государств.
 34. Этапы крушения колониальной системы.
 35. Образование, этапы развития, распад мировой системы социализма.
 36. Этапы современной НТР. Переход к постиндустриальной цивилизации.
 37. Основные тенденции мирового развития на современном этапе

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет и экзамен проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос. Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос. Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Философия»



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1: Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
Уметь: осуществлять межкультурную коммуникации.
Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и
Показатель оценивания: знание важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития
УК-5.2: Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением
Показатель оценивания: навыки выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп
УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в
Показатель оценивания: навыки использовать различные философские методы для анализа тенденций развития современного общества
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1: Понимет систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Уметь: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов
Владеть: навыками создания рекламных и PR-продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.
Показатель оценивания: знание системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

Шкала оценивания – для зачета с оценкой: отлично, хорошо, удовлетворительно, не удовлетворительно

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблю-

даются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-5.1: Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
Уметь: осуществлять межкультурную коммуникации.
Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и
Показатель оценивания: знание важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Представитель объективного идеализма:**
 - А. Маркс
 - Б. Беркли
 - В. Демокрит
 - Г. Гегель
- 2. Исторические типы мировоззрения:**
 - А. миф
 - Б. наука
 - В. философия
 - Г. религия
- 3. Методологический принцип, признающий разум основой познания:**
 - А. сенсуализм
 - Б. скептицизм
 - В. рационализм

Г. релятивизм

4. Философское учение, согласно которому мир имеет одно начало: или материальное, или духовное:

- А. монизм
- Б. плюрализм
- В. материализм
- Г. дуализм

5. Кант видел назначение философии в поисках ответов на следующие вопросы:

- А. что я могу знать?
- Б. что я должен делать?
- В. на что я могу надеяться?
- Г. что такое человек?

Установите соответствие между перечисленными вопросами и философскими дисциплинами, в которых следует искать ответы на каждый из этих вопросов:

- 1) философская антропология;
- 2) гносеология;
- 3) этика;
- 4) философия религии.

6. Онтология – это учение о:

- А. бытии;
- Б. познании;
- В. ценностях;
- Г. нравственности.

7. Совпадают ли по объему понятия "философия" и "наука"?

- А. да
- Б. нет
- В. частично совпадают
- Г. нет правильного ответа

8. Материализм – это:

- А. признание того, что весь мир, все тела и предметы состоят из одинаковых частиц - атомов, молекул и т.п.;
- Б. практический, здравый взгляд на вещи;
- В. признание первичности природы, материи и вторичности, зависимости идеального начала, сознания;
- Г. признание самостоятельного, независимого от божественного вмешательства существования мира.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Устойчивая совокупность взглядов на мир, убеждений, установок, верований человека, определяющих выбор жизненной позиции, отношение к миру и другим людям – это:

- А. мировосприятие
- Б. миропонимание
- В. мировоззрение
- Г. мироощущение

2. Вид познания в жизнедеятельности субъекта, не обладающий доказательной силой, называется:

- А. абстрактным
- Б. теоретическим
- В. обыденным
- Г. научным

3. Согласно данным науки, наиболее древней формой мировоззрения является:

- А. религия
- Б. мифология
- В. философия
- Г. наука

4. Термин «философия» был введен в научный оборот:

- А. Гераклитом
- Б. Пифагором
- В. Цицероном
- Г. Сократом

5. Термин «философия» означает:

- А. рассуждение
- Б. компетентное мнение
- В. профессиональную деятельность
- Г. любовь к мудрости

6. Философские решения не могут быть:

- А. гипотетическими
- Б. окончательными
- В. неоднозначными
- Г. сложными

7. Основной вопрос философии – это:

- А. вопрос об отношении сознания к бытию, идеального к материальному
- Б. каковы критерии истины
- В. как возник мир
- Г. что есть добро и зло

8. Раздел философии, изучающий фундаментальные принципы бытия – это:

- А. герменевтика
 - Б. онтология
 - В. эсхатология
 - Г. социология
-

УК-5.2: Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением
Показатель оценивания: навыки выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Р. Декарт стал основателем...

- А. экзистенциализма
- Б. позитивизма
- В. картезианства
- Г. неотомизма

2. Т. Гоббс стал основоположником ...

- А. божественной теории происхождения государства
- Б. договорной теории происхождения государства
- В. классовой теории происхождения государства
- Г. психологической теории происхождения государства

3. Представителями Милетской философской школы были:

- А. Анаксимен
- Б. Алкмеон
- В. Зенон
- Г. Фалес

4. Чтобы поддерживать свою целостность, социетальная система как сложная структура должна существовать в:

- А. колебательном режиме
- Б. ситуативном режиме
- В. импульсивном режиме
- Г. нет правильного ответа

5. Идею в качестве причины вещей, их образа и цели предложил:

- А. Пифагор
- Б. Парменид
- В. Платон
- Г. Нет правильного ответа

6. Сократ считал, что дурные поступки — это следствия:

- А. божественного промысла
- Б. человеческого незнания
- В. плохого воспитания

Г. нет правильного ответа

7. Философия выполняет мировоззренческую и такую функцию:

- А. искомую
- Б. незримую
- В. методологическую
- Г. нет правильного ответа

8. Из всей системы признаков деления людей на классы ведущую роль отношениям к средствам производства отводил:

- А. Маркс
- Б. Вебер
- В. Сорокин
- Г. Нет правильного ответа

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Чья философия Даосизм:

- А. Лао-цзы
- Б. Цзоу Яня
- В. Мо-цзы
- Г. Нет правильного ответа

2. Считал огонь первоначалом сущего:

- А. Фалес
- Б. Гераклит
- В. Анаксимен
- Г. Нет правильного ответа

3. Декарт считал, что единая основа всех наук:

- А. Диалектика
- Б. Этика
- В. Метафизика
- Г. Нет правильного ответа

4. Родоначальником европейского эмпиризма является:

- А. Лейбниц
- Б. Бэкон
- В. Локк
- Г. Нет правильного ответа

5. Кто считается создателем формальной логики:

- А. Аристотель
 - Б. Сократ
 - В. Эпикур
 - Г. нет правильного ответа
-

6. Фундаментальным, обобщенным элементом культуры являются:

- А. культурные ценности
- Б. обычаи
- В. социокультурные нормы
- Г. нет правильного ответа

7. Демографическая революция неразрывно связана с революцией:

- А. научно-технической
- Б. информационной
- В. технологической
- Г. нет правильного ответа

8. Тезис «Истинно все, что полезно» выдвинул:

- А. Маркс
- Б. Рассел
- В. Пирс
- Г. нет правильного ответа

УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в
Показатель оценивания: навыки использовать различные философские методы для анализа тенденций развития современного общества

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Определяющее значение для философии Нового времени имело:

- А. Становление абсолютных монархий
- Б. Развитие протестантизма как нового направления мирового христианства
- В. Подъём народного и революционного движения
- Г. Формирование наук, в первую очередь, естественных

2. Представление о «духе законов» Ш. Монтескье положило начало направлению:

- А. Социального фатализма
- Б. Духовного монизма
- В. Европейского гуманизма
- Г. Географического детерминизма

3. Согласно концепции М.Вебера, общество - это:

- А. жизненный мир, построенный в соответствии с феноменологией сознания
- Б. понимающее «бытие-в-мире»
- В. свободный практический и творческий выбор
- Г. система социальных действий и их смыслов

4. Основной рабочий метод Ф. Бэкона - это:

- А. Анализ
- Б. Индукция
- В. Синтез
- Г. Дедукция

5. В экономической сфере жизни общества материальное производство решает следующие задачи:

- А. способствует развитию философского знания
- Б. непосредственно влияет на социальную структуру (классы, социальные группы и т.д.)
- В. создает материальную базу существования общества
- Г. определяет политические процессы

6. Социал-дарвинизм признает, что:

- А. социальные проблемы и конфликты не зависят от природных задатков человеческого рода
- Б. в обществе, как и в природе, действует естественный отбор
- В. человек есть и природное, и социальное существо
- Г. необходимо иметь целенаправленный контроль над воспроизводством людей

7. Для Вольтера равенство людей — это, прежде всего, равенство:

- А. Политическое
- Б. Природное
- В. Имущественное
- Г. Сословное

8. Субъект познания в современной гносеологии — это:

- А. технические средства (компьютер, научное оборудование и т.д.)
- Б. реальный ученый или философ
- В. мыслительный коллектив
- Г. абстрактный индивид

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Историческим период развития схоластики:

- А. 9-10 вв.
 - Б. 1-4 вв.
 - В. 8-16 вв.
 - Г. 9-15 вв.
-

2. В христианском учении Петрарку привлекала в первую очередь:

- А. Проблема бога и доказательства его существования
- Б. Проблема соотношения бога и природы
- В. Проблема соотношения знания и веры
- Г. Этическая проблема человеческой личности

3. Мишель Монтень в античной философии более всего ценил:

- А. Свободомыслие и скептицизм
- Б. Стоицизм и аскетизм
- В. Эпикуреизм и гедонизм
- Г. Платонизм и аристотелизм

4. Учение Фомы Аквинского и целое религиозно-философское направление, им созданное, называется:

- А. Папизмом
- Б. Атомизмом
- В. Августинизмом
- Г. Томизмом

5. Утончённые философские теории, науки и книги совершенно не нужны, считали:

- А. Эпикурейцы
- Б. Стоики
- В. Киники
- Г. Скептики

6. Квинт Тертуллиан провозгласил:

- А. «Ищите и обряцете»
- Б. «Верую, потому что нелепо»
- В. «Христианское откровение упраздняет мудрость мира сего»
- Г. «Божественное и дьявольское постоянно борются между собой»

7. Основателем этики в западноевропейской философии считается:

- А. Аристотель
- Б. Сократ
- В. Фалес
- Г. Платон

8. В своей теории познания Ф. Бэкон придерживался концепции:

- А. Двойственной истины
- Б. Абсолютной истины
- В. Относительной истины
- Г. Недостижимой истины

ОПК-2.1: Понимет систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Уметь: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов
Владеть: навыками создания рекламных и PR-продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.
Показатель оценивания: знание системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Целый ряд философских направлений, развивающих идеи Декарта, в истории философии называют:

- А. Картезианством
- Б. Реализмом
- В. Деизмом
- Г. Сенсуализмом

2. С точки зрения гедонизма, смысл жизни состоит в том, что:

- А. жизнь - это наслаждения, желательно, как можно более разнообразные, здесь и сейчас
- Б. жить - значит из всего извлекать пользу
- В. жизнь - это отречение от мира и умерщвление плоти ради искупления грехов
- Г. жизнь - это стремление к счастью как подлинному назначению человека

3. Все тела в мире имеют цель своего движения и развития, которая заданна Богом как причиной всех причин, считал:

- А. Пиррон
- Б. Зенон
- В. Аристотель
- Г. Диоген Синопский

4. «Первым итальянским гуманистом» или «отцом гуманизма» в Италии традиционно считается:

- А. Джованни Боккаччо
- Б. Данте Алигьери
- В. Франческо Петрарка
- Г. Марсилиус из Падуи

5. Майевтика - это:

- А. Ироничное подтрунивание
- Б. Общение с собеседником с целью обретения им истины
- В. Лёгкая беседа «ни о чём»
- Г. Форма назидания

6. Фактору случайности в саморазвитии общества основное значение придает современное направление:

- А. структурализма
- Б. синергетики
- В. постмодернизма
- Г. герменевтики

7. Предвосхищение деятельности и ее результата с точки зрения выработки идеалов, решений, программ, норм и плана предстоящей деятельности:

- А. предусмотрение
- Б. прогнозирование
- В. целеполагание
- Г. опережение

8. Согласно психоаналитическому учению З.Фрейда, жизнь в целом и большинство конкретных поступков человека определяется:

- А. мышлением
- Б. разумом
- В. бессознательным
- Г. рассудком

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Философская наука, рассматривающая проблемы бытия:

- А. онтология
- Б. натурфилософия
- В. социальная философия
- Г. философия духа

2. Бытие – это:

- А. объективность существования мира
- Б. первичность сознания, вторичность материи
- В. реальное существование мира
- Г. предполагаемое существование мира

3. К законам диалектики не относится:

- А. закон единства и борьбы противоположностей
- Б. закон перехода количественных изменений в качественные
- В. закон отрицания отрицания
- Г. закон соответствия производственных отношений уровню и характеру развития производительных сил

4. Назовите характерные черты философской категории материя:

- А. всякая реальность
- Б. субъективная реальность
- В. объективная реальность

Г. существует вне и независимо от человеческого сознания

5. Назовите характерные черты философской категории движение:

- А. всякое изменение и развитие материи
- Б. изменение положения тел в пространстве с течением времени
- В. течение мыслей и представлений
- Г. форма существования материи

6. Гносеология — это учение ...

- А. о ценностях, об их происхождении и сущности
- Б. о развитии вселенной
- В. о бытии как таковом
- Г. о сущности познания, о путях постижения истины

7. Абсолютизация роли и значения чувственных данных в философии связана с направлением:

- А. рационализма
- Б. реализма
- В. скептицизма
- Г. сенсуализма

8. Агностицизм не характеризуется:

- А. представлением о познаваемости мира
- Б. отрицанием возможности достоверного познания мира
- В. утверждением о невозможности доказательства/опровержения идей
- Г. утверждением о принципиальной непознаваемости мира.

Вопросы к зачету

1. Античная философия: сравните космоцентрические взгляды раннегреческих философов. Выделите общие черты.
2. Владимир Соловьев и русская философия XX века: покажите преемственность идей.
3. Галилей, Коперник, Бруно – укажите основные вехи создания гелиоцентрической картины мира. Сравните данные философские системы.
4. Глобальные проблемы современности
5. Гносеология. Виды, уровни и формы познания. Проблема творчества.
6. Гуманистические взгляды представителей Возрождения. Укажите общее и особенное
7. Движение и развитие как философские категории.
8. Детерминизм и индетерминизм.
9. Диалектика Гераклита, Сократа, Гегеля: общее и особенное.
10. Диалектика как метод и способ познания мира.
11. Диалектический и исторический материализм К. Маркса. Дайте оценку учения о формациях.
12. Достоевский и Толстой: философские идеи в литературе.
13. Духовная сфера общества.
14. Категории «материя» и «субстанция» в истории философии.
15. Материальная сфера общества.
16. Методы Ф. Бэкона и Р. Декарта.
17. Общее и особенное в философии общества и государства Аристотеля и Платона. Аристотель как создатель логики и этики.

18. Общество как саморазвивающаяся система. Источники и движущие силы развития общества.
19. Основные аксиологические концепции современности: проблема оценки и выбора актуальных ценностей.
20. Особенности Западной и Восточной цивилизации в философии
21. Позитивизм, неопозитивизм и постпозитивизм: укажите генезис основных идей.
22. Политическая сфера общества.
23. Предмет философии, функции философии. Сравните основные типы мировоззрения: мифологическое, религиозное, научное, философское.
24. Проблема бессознательного в работах З. Фрейда и его последователей.
25. Проблема бытия в истории философии. Основные категории.
26. Проблема искусственного интеллекта. Основные подходы и перспективы.
27. Проблема исторического пути России в русской философии: покажите генезис идей.
28. Проблема самосознания.
29. Проблемы истины. Основные концепции. Базовые понятия.
30. Пространство и время как философские категории. Раскройте основные концепции.
31. Социальное пространство и социальное время: укажите отличительные черты.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос. Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос. Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа. Время выполнения задания – 30 минут. Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Культура речи и деловое общение»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-4.1: понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;
Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
УК-4.2: применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности
УК-4.3: применяет методику составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств
Знать: основы составления суждения в межличностном деловом общении
Уметь: составлять суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках.
Владеть: навыками применения адекватных языковых форм и средств
ОПК-1.1: понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основы составления медиатекстов
Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов
Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике
ОПК-1.2: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.3.: осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах.

Шкала оценивания — для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при

необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-4.1: понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;
Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках

Вариант 1

Выполните задания, выбрав один или несколько вариантов ответа

Учитывая логико-синтаксические средства связи в тексте и правило тематических чередований компонентов текста, определите, какое из предложений – (а) или (б) – может быть продолжением данных высказываний.

1. Под толщей вод океана скрыты огромные запасы полезных ископаемых. Они залегают на самом дне или глубоко в недрах.

а) Наиболее доступные месторождения уже разрабатываются.

б) Уже разрабатываются наиболее доступные месторождения.

2. Систему научных представлений, ставшую в определенный период господствующей в науке, называют парадигмой.

а) Когда существующая парадигма устаревает, совершается научная революция, которая ломает старую парадигму и строит новую. Затем история повторяется.

б) Научная революция совершается, когда существующая парадигма устаревает и вытесняется новой. Затем история повторяется.

3. Механизм есть система тел, предназначенная для преобразования движения одного или нескольких твёрдых тел в требуемые движения других твёрдых тел. Например, колесо автомобиля состоит из нескольких деталей, но они соединены между собой так, что их взаимное расположение не меняется при движении автомобиля.

а) Звеном механизма называется совокупность деталей, которая рассматривается как одно твёрдое тело.

б) Эта совокупность деталей рассматривается как одно твёрдое тело – звено механизма.

4. Мусковит – минерал из группы водных алюмосиликатов. Тонкие листочки мусковита бесцветны. В крупных кристаллах цвет мусковита белый, серебристый, светло-бурый, красновато- или зеленовато-бурый, т.е. неравномерный.

а) Равномерность окраски нарушается в связи с включением мельчайших зёрен или кристаллов других минералов.

б) Включение мельчайших зёрен или кристаллов других минералов нарушает равномерность окраски мусковита.

2. Отметьте предложения с речевыми ошибками.

5) Артист был удостоен высокой наградой.

- 6) Она прошла мимо, не удостоив меня даже взглядом.
- 7) Все, даже лучшая подруга, отвернулись от меня в трудную минуту.
- 8) Старики снисходительны до шалостей детей.

3 Отметьте слово с ударением на третьем слоге.

- А) ПРЕ-МИ-РО-ВАТЬ
- Б) ИН-ДУСТ-РИ-Я
- В) ХО-ДА-ТАЙ-СТВО-ВАТЬ
- Г) ЗА-КУ-ПО-РИТЬ

4. Отметьте словосочетания с ошибкой в определении рода существительного.

- А) моют шампунью
- Б) полученная бандероль
- В) вкусный студень
- Г) новая тюль

5. Отметьте словосочетания с ошибкой в образовании формы Р. п. от существительных мн. числа.

- А) десять гектар
- Б) пара ботинок
- Б) жилище якутов
- Г) забрал из ясель

Вариант II

Задание 1. Учитывая логико-синтаксические средства связи в тексте и правило тематико-рематических чередований компонентов текста, определите, какое из предложений – (а) или (б) – может быть продолжением данных высказываний.

1. Основа хорошей памяти – установление прочных ассоциаций. В памяти человека соединяются явления и предметы, связанные в действительности.

а) встретившись с одним из этих предметов, мы можем по ассоциации вспомнить другой, связанный с ним.

б) Мы можем по ассоциации вспомнить другой, связанный с ним.

2) Запомнить что-то – значит связать запоминание с уже известным, образовать ассоциацию. Бывают простые ассоциации: по смежности, по сходству, по контрасту. Кроме этих видов, существуют сложные ассоциации – смысловые.

а) Постоянно связанные явления соединяются в них воедино.

б) В них соединяются два явления, которые в действительности постоянно связаны: часть и целое, род и вид, причина и следствие.

3) Лучше всего люди запоминают то, что связано с их житейскими заботами, профессиональными интересами. Одни факты задерживаются в нашем сознании силой других хорошо известных нам фактов.

а) Механическое же повторение, зубрёжка – самый неэффективный способ запоминания.

б) Зубрёжка, как механическое повторение – самый неэффективный способ запоминания.

4) Деятельность Сократа в эпоху расцвета афинской демократии была обусловлена огромным интересом к человеку, к человеческой личности. Этот период в истории Древней Греции характеризуется расцветом наук, искусств, философии и в целом свободомыслием как явлением духовной культуры.

а) Этот период в истории Древней Греции характеризуется расцветом наук, искусств, философии и в целом свободомыслием как явлением духовной культуры.

б) Расцвет наук, искусств, философии и в целом свободомыслия связывают с этим периодом.

Задание 2. Отметьте предложения с речевыми ошибками.

- 1) Николай выбрал самый кратчайший путь к дому.
- 2) В этом зале музея представлены изделия народных умельцев.
- 3) На будущий день началось обсуждение текущих дел.

4) Маяковский стоял у источников новой поэзии.

Задание 3 Отметьте слово с ударением на втором слоге.

А) ЗВО-НИТ

В) КА-ТА-ЛОГ

Б) КУ-ХОН-НЫЙ

Г) АЛ-ФА-ВИТ

Задание 4. Отметьте словосочетания с ошибкой в определении рода существительного.

А) жареный картофель

В) чёрное кофе

Б) густой вуаль

Г) компетентное жюри

Задание 5. Отметьте словосочетания с ошибкой в образовании формы Р. п. от существительных мн. числа.

А) нашествие варваров

В) оружие осетинов

Б) пара резиновых сапогов

Г) отряд солдат

УК-4.2: применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию

Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации

Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации

Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности

Вариант 1

Выполните задания, выбрав один или несколько вариантов ответа

Учитывая логико-синтаксические средства связи в тексте и правило тематических чередований компонентов текста, определите, какое из предложений – (а) или (б) – может быть продолжением данных высказываний.

1. Линза (в оптике) – прозрачное тело, ограниченное выпуклыми или вогнутыми поверхностями и преобразующее форму светового пучка. Пучок света, пройдя через собирающую линзу, пересекается в одной точке.

а) Однако тот же пучок лучей при выходе из рассеивающей линзы оказывается расходящимся.

б) А при выходе из рассеивающей линзы тот же пучок лучей оказывается расходящимся.

2. Алюминий отличается прекрасными технологическими качествами и является самым дешёвым из цветных металлов. Его запасы практически неисчерпаемы.

а) В транспортном машиностроении, химической промышленности, электротехнике, судостроении, авиации широко используются лёгкие сплавы из алюминия.

б) Лёгкие сплавы из алюминия широко используются в транспортном машиностроении, химической промышленности, электротехнике, судостроении, авиации.

3. Орфография (от греч. orthos – прямой, правильный, grapho – пишу) – система правил написания слов, научно обоснованных и утвержденных государством. Назначение орфографии – точная передача содержания речи, выражение тех или иных мыслей.

а) Благодаря орфографии люди, говорящие на одном языке, но принадлежащие к различным национальностям или диалектным группам, имеют возможность пользоваться одинаковыми, единообразными правилами письма.

б) люди, говорящие на одном языке, но принадлежащие к различным национальностям или диалектным группам, имеют возможность пользоваться одинаковыми, единообразными правилами письма благодаря орфографии.

4) В уникальной книге известных английских психологов Николы Рамси и Дианы Харкорт изложены ключевые вопросы современной психологии внешности.

а) Подробное и всестороннее рассмотрение психологических проблем, связанных с внешностью, а также описание эффективных способов их решения отличает данную книгу от других.

б) Книгу отличает подробное и всестороннее рассмотрение психологических проблем, связанных с внешностью, а также описание эффективных способов их решения.

Отметьте предложения с речевыми ошибками.

- 5) Море глаз устремились на знаменитого актёра.
- 6) Между ними произошёл далеко не приятный разговор.
- 7) Все вздрогнули от резкого звука, а он и глазом не моргнул.
- 8) Не без труда удалось нам решить эти трудные проблемы.

Отметьте предложения с ошибками в употреблении причастных и деепричастных оборотов.

- А) Наклонясь над рекой, у девушки упала в воду косынка.
- Б) Будучи проездом в провинциальном городе, известного профессора пригласили посетить местный университет.
- В) В комнате был камин, в котором давно не разжигали огонь и служивший жильцам полкой.
- Г) Проснувшись от холода, я увидел, что было уже семь часов.

Вариант II**1. Выполните задания, выбрав один или несколько вариантов ответа**

Учитывая логико-синтаксические средства связи в тексте и правило тематических чередований компонентов текста, определите, какое из предложений – (а) или (б) – может быть продолжением данных высказываний.

1. Прошли те времена, когда человек не мыслил себя вне родового коллектива и осознавал себя как частицу матери-природы. С именем Сократа связан антропологический переворот в античной философии.

- а) Именно он сделал стремление к самопознанию («Познай самого себя») основной частью своего учения, формулой нравственного самосовершенствования, правильного выбора ценностей.
- б) Стремление к самопознанию явилось основной частью его учения.

2. Научная речь оказывает огромное благотворное влияние на развитие литературного языка в целом.

- а) Огромное благотворное влияние на развитие литературного языка в целом оказывает научная речь.
- б) На развитие литературного языка в целом научная речь оказывает огромное благотворное влияние.

3. Академик К.И. Скрябин своё видение проблем научного творчества изложил в обращении к начинающим исследователям «Качества истинного учёного».

- а) В обращении к начинающим исследователям «Качества истинного учёного» академик К.И. Скрябин изложил своё видение проблем научного творчества.
- б) Своё видение проблем научного творчества в известном обращении к начинающим исследователям «Качества истинного учёного» изложил академик К.И. Скрябин.

4. М.В. Ломоносов во второй половине XVIII века разработал русскую научно-техническую терминологию.

- а) Русскую научно-техническую терминологию разработал во второй половине XVIII века М.В. Ломоносов.
- в) Русская научно-техническая терминология была разработана М.В. Ломоносовым во второй половине XVIII века.

Отметьте предложения с речевыми ошибками

- 5) Светильник подвешен над диваном и очень красивый.
- 6) Мы дети не только своего времени, но и своей страны.
 - 7) Старик не ответил, что он будет делать с кладом.
 - 8) Студент спросил на экзамене, что может ли он взять дополнительное время на подготовку.

Отметьте предложения с ошибками в употреблении причастных и деепричастных оборотов.

- А) Владельцы земельных участков вносят в казну города земельный налог, устанавливающий в соответствии с законодательством.
- Б) Офицер вернулся в избу и, позвав кучера, велел ему выезжать.
- В) В зале не раз вспыхивали долго не смолкающие аплодисменты.
- Г) Однажды, выезжая со стадиона, нашу машину остановили.

УК-4.3: применяет методику составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств
Знать: основы составления суждения в межличностном деловом общении
Уметь: составлять суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках.
Владеть: навыками применения адекватных языковых форм и средств

1. Сравните столбцы в таблице и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Термин	Определение
1. Взаимная коммуникация -	специфическая форма контактов между людьми, имеющими полномочия от своих организаций, в ходе которых происходит обмен мнениями и целенаправленное обсуждение конкретной проблемы с целью поиска взаимовыгодного варианта решения
2. Деловая беседа -	постоянный обмен ролями между адресатом и адресантом в процессе коммуникации
3. Дискуссия -	процесс, в котором вырабатываются позиции сторон
4. Взаимоприемлемые переговоры -	обсуждение какого-либо спорного вопроса или исследование проблемы, в котором каждая сторона оппонирует мнение собеседника, аргументирует свою позицию и претендует на достижение цели

Укажите верное написание выделенного слова и его объяснение. Андрей пригласил товарища, что(бы) подробнее расспросить его о поездке за границу.

2. а) чтобы – всегда пишется слитно;
 б) чтобы – здесь это подчинительный союз;
 в) что бы – всегда пишется раздельно;
 г) что бы – здесь это местоимение с частицей бы.
3. В каком предложении оба выделенных слова пишутся слитно?
 а) Полученный результат (не)надо делить (на)два.
 б) Из(за) (не)умения разбираться в людях многие набивают себе шишки.
 в) Где(то) раскинулась (не)большая долина.
 г) (В)виду ремонта пути (не)которые поезда отменены.
4. В каком ряду во всех словах на месте пропуска пишется буква е?
 а) К распустивш...йся сирен..., об улыбающ...мся сынишк...;
 б) на предыдущ...м конкурс..., в осыпающ...йся хво...;
 в) на цветущ...й вишн..., о дальнейш...м намерени...;
 г) последн...й встреч...й, с развешивающ...мся знамен...м.

5. В каком ряду во всех словах на месте пропуска пишется ь?

- а) Бросить клич.., утеш..ся малым;
- б) не реж..те мелко, серебряная брош..ка;
- в) ударить наотмаш.., намаж.. масло на хлеб;
- г) быстро пострич..ся, суп горяч..

Вариант II

Сравните столбцы в таблице и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Термин	Определение
1. Деловой этикет -	совокупность всех этикетных речевых средств и правила их использования в тех или иных ситуациях
2. Светский этикет -	искусство красноречия
3. Деловая этика -	фразеологизированные предложения, являющиеся готовыми языковыми средствами
4. Речевая этика -	знания приличий, умение держать себя в обществе
5. Этикетная формула -	совокупность норм поведения предпринимателя
6. Риторика -	установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов

7. Какой ряд состоит из слов, в которых пропущенные безударные гласные в корне можно проверить ударением?

- а) Опт..мизм, г..рящий, разв..вающийся (флаг);
- б) г..ристый (холм), ч..стоплотный, интелл..ктуальный;
- в) неприк..сновенный, исс..кать, препод..ватель;
- г) посв..тить (фонарем), преод..левающий, водор..сли.

8. В каком ряду во всех словах пропущена одна и та же буква?

- а) Чере..чур, чре..мерно, и..подтишка;
- б) пр..чудливый, непр..рекаемый, пр..обретенный;
- в) под..грать, пред..стория, без..нициативный;
- г) пред..стеречь, поз..вчера, нед..варить.

ОПК-1.1: понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основы составления медиапродуктов
Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов
Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике

Вариант I

Выберите правильный вариант ответа

1. Процесс углубления культурного взаимодействия и взаимовлияния между государствами, национально-культурными группами и историко-культурными областями при образовании некоего единого культурного пространства - это

- а) культурная интеграция;
- б) аккультурация;
- в) ассимиляция;
- г) коммуникация.

2 Общение – это форма взаимодействия:

- а) между субъектом и объектом;
- б) между субъектом и техникой;
- в) между субъектом и субъектом;
- г) между субъектом и природой.

3. Процесс обоюдного заимствования моделей поведения и ценностных установок культур в процессе их коммуникации друг с другом - это

- а) культурная интеграция;
- б) аккультурация;
- в) ассимиляция;
- г) коммуникация.

4. Процесс, в результате которого представители одной культурной общности пере-нимают и усваивают культуру иного культурного образования. Как правило, это политика насильственного подавления господствующей этнокультурной группой са-мобытности менее малочисленной или политически бесправной культурной группы - это

- а) культурная интеграция;
- б) аккультурация;
- в) ассимиляция;
- г) коммуникация.

Определите, каким требованиям к качествам деловой речи (правильность, точность, уместность, ясность, богатство и др.) не соответствуют следующие высказывания депутатов. Исправьте речевые недочеты.

5. Раскрутка реформ за последние три месяца затронула жизненно важные интересы всех россиян.
6. В нашей стране резко снизилось душевное потребление мяса.
7. Некоторые депутаты, позабыв про регламент, демонстрационно покинули зал.
8. Мы должны использовать всевозможные возможности для улучшения благосостояния и зажиточности людей.

Вариант II

Выберите правильный вариант ответа

1. Процесс вхождения индивида в общество, овладение им социокультурным наследием называется:

- а) инкультурация;
- б) интеграция;
- в) инициация;
- г) идентификация.

2. Правила поведения в культуре:

- а) наследуются;
- б) автоматически входят в личность;
- в) развиваются в бессознательном;
- г) усваиваются в процессе обучения.

3. Число "4" считается счастливым в Японии.

- а) да;
- б) нет.

4. Инкультурация – это процесс:

- а) неосознанного переноса собственного психического мира на другого человека;
- б) усвоения человеком в форме коммуникации норм и ценностей культуры;
- в) усвоения знаний, умений, навыков;
- г) подавления человеком собственных этнических стереотипов.

Определите, каким требованиям к качествам деловой речи (правильность, точность, уместность, ясность, богатство и др.) не соответствуют следующие высказывания депутатов. Исправьте речевые недочеты.

- 5. Мы сегодня женщину рассматриваем только как рабочую силу, забыли, что она предназначена для воспроизводства нового поколения.
- 6. В моей телеграмме заложены чаяния моих избирателей, на волне которых я стою на этой трибуне.
- 7. Обождите, товарищи, еще одно выступление, и я закругляю.
- 8. Сегодня такой раскардаш идет в стране, что сердце замирает от тревоги.

ОПК-1.2: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Вариант I

Выберите один правильный ответ

Искусство и наука достижения гармонии посредством взаимоотношения, основанного на правде и полной информированности называется связью с общественностью?

- а) Да
- б) Нет

Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью

- 1. Кодекс ИПРА (IPRA);
- 2. Кодекс этики государственных служащих;
- 3. Трудовой кодекс;
- 4. Гражданский кодекс;
- 5. Административный кодекс.

Какие аспекты PR деятельности отражает «Кодекс профессиональной этики Российских журналистов»?

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

Что не может регулироваться нормами права в PR сфере?

- 1. субъекты информационного воздействия;
- 2. результаты PR акций;
- 3. формы коммуникаций;
- 4. средства передачи информации.

В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?

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

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

1. планирование PR кампании;
2. анализ целевой аудитории;
3. определение PR проблемы;
4. анализ эффективности результатов PR кампании.

PR-кампания-это:

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

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

1. внешней целевой аудиторией;
2. внутренней целевой аудиторией;
3. ключевой аудиторией;
4. корпоративной аудиторией.

Вариант II

Выберите один правильный ответ

Связи с общественностью основываются на следующих принципах:

- открытость социальной информации;
- взаимная выгода субъекта управления и общественности;
- опора на общественное мнение.

Политическое распространение сообщений через СМИ с целью информирования и оказания воздействия на оценки, мнения и поведение людей – это...

4. общественное мнение;
5. коммуникация;
6. массовая коммуникация.

Коммуникация - это обмен информацией между:

4. людьми;
5. организациями;
6. людьми и организациями.

Какую форму приобретает маркетинг при многоплановом взаимодействии фирмы с общественностью?

4. социально-экономическую;
5. социально-этическую;
6. социально-психологическую.

Цель службы PR – добиться чтобы...

4. каждый специалист ощущал себя частью команды;
5. подчиненные понимали руководителя;
6. общественность воспринимала организацию как самодостаточную.

Назовите сферы, где PR и маркетинг особенно тесно связаны между собой?

4. паблсити товара;
5. PR – реклама;
6. участие в выставках.

При каких обстоятельствах более эффективной будет PR - реклама?

4. слияние и распад компании;
5. карьерный рост;
6. достойный, но сложный продукт.

а) Да б) Нет

«План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет» являются составной частью:

1. анализа PR проблемы;
2. плана PR кампании;
3. анализа целевых аудиторий;
4. определения рейтинга.

ОПК-1.3.: осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) ме-диапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах.

Вариант I

Имиджмейкинг – это:

- а) искусство грамотного взаимодействия со СМИ;
- б) сообщение фактов сопровождающихся их анализом и обобщением;
- в) создание производства;
- г) оригинальные начертания рекламодателя;
- д) состояние массового сознания.

Общественное мнение – это:

- а) состояние массового сознания;
- б) средства массовой информации;
- в) публичное предоставление различными средствами;
- г) сообщение фактов, сопровождающееся их анализом;
- д) передача обращения от источника информации к получателю.

Верны ли определения:

1. сиюминутный интерес – это интерес к чему-либо в данный момент времени
2. сиюминутный интерес – это общечеловеческие интересы, касающиеся общих

вопросов жизни общества

- а) только 1
- б) только 2
- в) оба верны
- г) нет верного ответа

Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:

- а)аформирование имиджа;
- б) изучение общественного мнения;
- в) анализ экономической деятельности предприятия;
- г) исследование отношений в организации.

Какая модель информационной политики не существует:

- а) тоталитарная;
- б)релятивистская;
- в) дисциплинарная;
- г) диалоговая.

Какое из средств массовой информации является самым массовым:

- а) радио;
- б) телевидение;
- в) пресса.

Определите правильную последовательность этапов PR кампании:

- а) планирование PR кампании - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании;
- б) планирование PR кампании - анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании;
- в) определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании;
- г) анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании.

Согласны ли Вы с тем, что "Общественным мнением легко манипулировать":

- а) Нет, не согласен;
- б) Да, согласен;
- в) Нельзя сказать ни да, ни нет, так как научно это еще не доказано;
- г) В тесте нет правильного ответа.

Вариант II

Задачами связей с общественностью являются

- а) укрепление авторитета менеджмента;
- б) создание благоприятных условий;
- в) расширение числа сторонников той или иной программы;
- г) мобилизация групп общественности;
- д) все вышеперечисленное.

Фирменный стиль – это:

- а) коммерческое мероприятие с одновременным рекламированием своего продукта;
- б) короткий игровой сюжет;
- в) предварительный набросок;
- д) вид печатной рекламы.

Верны ли определения:

1. примитивное общение – это общение, при котором оценивают объект с точки зрения пользы или отсутствия таковой

2. примитивное общение – это общение, при котором определены социальные роли – «учитель – школьник»

- а) только 2
- б) только 1
- в) оба верны
- г) нет верного ответа

Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?

- а) формирование общенациональных ценностей;
- б) модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры;
- в) удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения;
- г) создание новых рабочих мест.

Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции? определение проблемы

- а) планирование программы;
- б) оценка программы;
- в) интерпретация общественного мнения;

г) осуществление коммуникаций.

PR – это:

а) оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга;

б) формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность;

в) особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью;

г) деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации.

Какая из перечисленных задач относится к одной из самых важных задач PR специалистов?

а) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по скорейшей организации процедуры банкротства предприятия;

б) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по предотвращению проблемы, до того, как она перерастет в настоящий кризис;

в) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по сокращению издержек производства;

г) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по своевременному регулированию численности персонала компании.

Можно ли изменить общественное мнение, действуя на подсознательном уровне?

а) Можно обычным принуждением;

б) Можно технологиями нейро-лингвистического программирования;

в) Можно обычным убеждением;

г) Нельзя.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Иностранный язык»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-4.1: понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;
Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
УК-4.2: применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности
УК-4.3: применяет методику составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств
Знать: основы составления суждения в межличностном деловом общении
Уметь: составлять суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках.
Владеть: навыками применения адекватных языковых форм и средств
ОПК-1.1: понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основы составления медиапродуктов
Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов
Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике
ОПК-1.2. : Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) ме-диапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.3.: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) ме-диапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах.

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» - студент способен адекватно употреблять лексические единицы и грамматические конструкции, а также четко выражать мысли и передавать смысл предложений и коммуникативных намерений без нарушений языковых норм и узуса современной речи.

Оценка «хорошо» - студент способен относительно адекватно употреблять лексические единицы и грамматические конструкции, а также четко выражать мысли и передавать без серьезного искажения смысл предложений и коммуникативных намерений, однако при этом присутствуют коммуникативно допустимые ошибки с нарушениями языковых норм и узуса современной речи.

Оценка «удовлетворительно» - студент не вполне адекватно употребляет лексические единицы и грамматические конструкции, а также относительно удовлетворительно выражает мысли и передает с определенными искажениями смысла предложений и коммуникативных намерений, при этом присутствуют отдельные явные нарушения языковых норм и узуса современной речи и искажения смысла отдельных предложений и коммуникативных намерений.

Оценка «неудовлетворительно» - студент демонстрирует неумение адекватно употреблять

в иноязычной речи лексические единицы и грамматические конструкции, а также осуществляет неправильный их перевод и допускает искажение смысла предложений и коммуникативных намерений с серьезными нарушениями как языковых норм, так и узуса современной речи.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-4.1: понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации

Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;

Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации

Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках

Вариант 1

Выполните задания, выбрав один или несколько вариантов ответа

1. Choose the best answer for each question.

1. Where ____ from? - I'm from Russia.

A you are

B you

C are you

2. We have ____ house in Moscow.

A any

B a C an

3. I have two ____: a boy and a girl.

A sons

B daughters

C children

2. Correct the questions. Use the answers to help you.

0 Are you like Italian food? A: Yes I do.

Do you like Italian food?

1 Do you have finished the exams? A: Yes, I have.

2. Why is the best company to work for? A: The Purple Group.

3 Do they discuss the issue at the moment? A: Yes. They are.

4 Who did see the accident? A: That man did.

3. Find the odd one out. Then write the prefix that two words share.

0 lingual – cycle- define ____by

1 comfort- rail -like _____

2 boss- rated -use _____

3 define- do -social _____

4 behave –player- understand _____

5 circle- perform- run _____

6 confident- shadowed- behave

4. Match the words to their definitions.

foreign dialect grammar **accent** **bilingual** native

1. the way you say words in a language is _____

2. from another country _____

3. able to speak two languages fluently _____

4. a way of speaking in a particular region of a country _____ 5. from or belonging to a particular country _____ 6. the rules of language _____

5. Give English equivalents for the following Russian words and word-combinations.

женат (замужем), на первом курсе университета, младший в семье, преподаю информационные технологии, стараюсь, чтобы студенты поняли..., работаю в компании Фокс, наш главный офис, электронное оборудование, частная компания, процветает.

6. Translate into English.

1. Позвольте представить вам моего друга Марка. Он из Англии. Марк очень умный и хорошо разбирается в компьютерах.
2. Его брат преподает информатику в университете.
3. Это наш новый компьютерный класс.
4. Джек и Мэри студенты. Они из Канады.
5. Это ваши письма? - Нет, это их.

7. Open the brackets using Present Continuous.

1. My book (to lie) on the table.
2. They (to work).
3. The doctor and her patient (to talk).
4. We (to cook) dinner. My mother (to make) a salad.
5. A young man (to drive) a car. He (to listen) music.
6. My grandfather (to read) a book.

8. Complete the sentences.

- 1 My father's brother is my _____
- 2 My mother's daughter is my _____
- 3 My sister's son is my _____
- 4 My father's father is my _____
- 5 My wife's mother-in-law is my _____

Вариант II

1. Choose the best answer for each question.

- 1 _____ city is bigger, London or Paris?
- 1) When 2) Which 3) Who 4) Where
2. Here are _____ of the business letters they received last Monday.
- 1) any 2) some 3) anything 4) none
3. – Do you want to come in for a while? – No, thank you. I haven't got _____ time.
- 1) few 2) a lot of 3) much 4) many

2. Correct the questions. Use the answers to help you.

0 Are you like Italian food? A: Yes I do.

Do you like Italian food?

1. How often are they being in the office? A: Every Monday.
2. Were you go to the exhibition? A: No, not yet.
3. Which car do you choose? A: I chose the black one.
4. Have you seen David on the TV last week? A: Yes, I did.

3. Find the odd one out. Then write the prefix that two words share.

0 lingual – cycle- define __by

- 1 behave –player- understand _____
- 2 circle- perform- run _____
- 3 confident- shadowed- behave

4. Match the words to their definitions.

dialect grammar native

1. a way of speaking in a particular region of a country _____
2. from or belonging to a particular country _____

3. the rules of language _____

5. Give English equivalents for the following Russian words and word-combinations. Разрешите представиться, меня зовут..., я родился в..., родился в большой семье (происхожу из...), мой отец программист, домохозяйка, много работы по дому, занят своей работой, приезжаю повидаться.

женат (замужем), на первом курсе университета, младший в семье, преподаю информационные технологии, стараюсь, чтобы студенты поняли..., работаю в компании Фокс, наш главный офис, электронное оборудование, частная компания, процветает.

6. Translate into English.

6. Чьи это книги? – Наши.

7. Твои документы на столе.

8. Где ваша дочь? – Она в кинотеатре.

9. Это твой преподаватель? – Да, это мой преподаватель. А как ее зовут? – Ее зовут Анна Смит.

10. Его дядя хороший программист.

7. Open the brackets using Present Continuous.

1. The pen (to lie) on the floor.

2. You (to have) a break?

3. She still (to sing).

4. My book (to lie) on the table.

5. They (to work).

6. The doctor and her patient (to talk).

8. Complete the sentences.

1 My son's daughter is my _____

2 My aunt's daughter is my _____

3 My father's sister is my _____

4 My daughter's husband is my _____

5. My son's wife is my _____

УК-4.2: применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности

Вариант 1

1. Make a situation using these words and phrases.

1. My Father

to be ... years old, an accountant, to work, in the country, in the summer, to like, in the winter, to come to see.

2. My Little Daughter

to be born, to be ... years old, a nursery-school, to take smb. out, to go to the country, the weekend, one's grandmother, to stay.

2. Make the following sentences: — negative, interrogative

1. Mary has got a family.

2. Jane has got a lot of children.

3. I've got a wife.

4. My children have got a lot of friends.

5. They have their English in the morning.

3. Translate the following sentences from Russian into English.

1. Вы знали какой-нибудь иностранный язык пять лет назад?
2. Вы прочитали какие-нибудь английские книги в прошлом месяце?
3. Некоторые студенты готовят здесь свои уроки.
4. У меня дома нет (никаких) немецких журналов.
5. У вас есть (какие-либо) друзья в Ленинграде?

4. Put the words into the correct order.

1. plant/ˈs/ to/ door/there/a/next/the.
2. there/sofa/the/behind/are/pictures/two.
3. chairs/table/four/in//a/ˈs/and/there/room/the.

5. Answer the following questions

1. Where do you find a toaster and a kettle?
2. Where do you find pillows, blankets and an alarm clock?
3. Where do you find shampoo, soap and a shower?
4. Where do you find a TV, a sofa and a coffee table?
5. Where do you find coat hangers and clean clothes?

6. Fill in the missing word. You don't need some words.

1. There's a lot of traffic at 8 o'clock in the morning. It's very
2. The highest ... of traffic is during the ... hours.
3. We took a taxi from the railway ... to the air
4. Use the map to find the best
5. Your fare depends on your

Destination, signs, distance, lost property office, dense, density, terminus, rush, terminal, route, branch lines, fares, ticket.

7. Choose the correct verb form (Past Simple or Past Continuous) to complete the sentences.

1. The film was rubbish, so we left / were leaving the cinema and went / were going to the cybercafé.
2. I didn't like / wasn't liking the program we watched / were watching, so I turned / was turning off the TV.
3. Dave rang / was ringing me while I did / was doing my homework.

8. Using these words and word combinations tell about the way you spent summer holidays:

at last, to be on holiday, in the summer, to take an examination, free, a holidaycentre, to have a good time, the sea, to swim, to sunbathe, poor health, to intend, a river, on the bank, a wood, early (late) in ..., to be glad, to hear from, to hope, to have a good holiday

Вариант II

1. Make a situation using these words and phrases.

My Friend's Studies

to have got a good friend, to go to college, to take subjects, interesting, to help, to want, to work hard, not to make mistakes, to do well.

My Friend's Son

to be born in, to go to school, to do a lot of subjects, to do well, to help, parents, to leave school, to want, to begin working, a factory, late in the evening, to graduate from an evening institute, to be an engineer.

2. Make the following sentences: — negative, interrogative

1. They had a dictation yesterday.
2. He's having dinner now.
3. I often have a lot of work to do.
4. I've got a lot of work to do today.
5. She had a lot of work to do last week.

3. Translate the following sentences from Russian into English.

1. У меня нет никаких вопросов.
2. Есть ли у вас какие-нибудь вопросы? — Да, есть несколько.
3. Я не вижу (никаких) ошибок в этом предложении.
4. Ваш отец говорит на каком-либо иностранном языке? 5. У кого-нибудь из вас есть дети? — Да, у многих из нас есть.

4. Put the words into the correct order.

1. there/is/what/opposite/door/the?
2. not/there/a/terrace/is/front/in/of/house/the.
3. many/how/rooms/upstairs/are/there?

5. Answer the following questions

1. Where do you find bicycles, the car and various odds and ends?
2. Where do you find spades, a hose, bulbs and gardening gloves?
3. Where do you find a cot, nappies or diapers, and a romper suit?
4. Where do you find a washing machine, soap powder and dirty socks?
5. Where do you find lavatory paper, air freshener and a seat cover?

6. Fill in the missing word. You don't need some words.

1. There are ... near the platform that show you which stations you can get to from the platform.
2. Some lines are divided into ... which finish in different places.
3. ... on the London underground are not fixed, but are proportional to the ... travelled.
4. When you're using public transport, always keep your ... until the end of your journey. You may be asked to show it at any time.
5. If you've left something on public transport, you'd visit a ...

Destination, signs, distance, lost property office, dense, density, terminus, rush, terminal, route, branch lines, fares, ticket.

7. Choose the correct verb form (Past Simple or Past Continuous) to complete the sentences.

1. As I fell / was falling asleep, I heard/was hearing a strange noise.
2. I dropped / was dropping my keys while I ran / was running for the bus.
3. The competition judges didn't know / weren't knowing whose food they tasted / were tasting.

8. Using these words and word combinations tell about the way you spent winter holidays:

to like, in the winter, fine weather, to go for one's holiday, at a holiday-centre, in the country, near Moscow, to wake up early, to wash, to dress, to have breakfast (dinner, supper), to go for a walk, a wood, a river, to skate, to ski, in the evening, to have a good time, to play chess, to play the piano, to see interesting films, to watch TV, to go to bed

УК-4.3: применяет методику составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств
--

Знать: основы составления суждения в межличностном деловом общении

Уметь: составлять суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках.
--

Владеть: навыками применения адекватных языковых форм и средств
--

Вариант 1

1. Put special questions to the words in bold.

1. The postman will deliver *fresh newspapers in the morning*.
2. *We* will have a picnic *in the park*.
3. *Her* brother will *translate this article* next week.
4. Alex will return *home at seven o'clock*.
5. You will read *my* report *very attentively*.

2. Solve the problem

Your son (daughter) came home from school in low spirits and said that the teacher was unfair to him (her). What will you do?

3. Fill in the table about the pros and cons of studying in Russia

Advantages of studying in Russia
Disadvantages of studying in Russia

4. Match the headlines with the articles

1. After years of research, scientists from Holland have invented a new tulip. The flower has petals which change color three times during its life. They start green, turn pink, and finish red.
2. A hoaxer in Brazil has sold bottled tap water to thousands of people for 20 US dollars a liter. He says the water is from the moon – which, in fact, has no water on it at all.

- a. MAD MARITAL PLUNGE
- b. EQUAL OPPORTUNITIES
- c. MULTI-COLORED PETALS
- d. MOON WATER

5. Choose the right variant:

1. I want you ... this book. a) read b) to read c) reading d) have read
2. I would like you ... to us. a) come b) to come c) came d) coming
3. Our teacher likes us ... questions. a) ask b) to ask c) asking d) have asked

6. Rewrite the following sentences using Complex object:

E.g. “Bring me a book”, said my brother to me. My brother wanted me to bring him a book

1. The biology teacher said to us: —Collect some insects in summer!
2. Don't eat ice-cream before dinner, said our mother to us.
3. Be careful, or else you will spill the milk, said my mother to me.
4. The men said: —My son will study mathematics.
5. Oh, father, buy me this toy, please, said the little boy.

7. Complete the following sentences.

1. At three o'clock yesterday the students of our group...
2. When the teacher came in, the students...
3. When we heard that the phone rang, we...
4. When the lights went out, we...
5. When it began to rain, I...

8. Join the following pairs of sentences by making one of them a clause with the verb in the Past Perfect Tense. Use the conjunctions given in brackets.

Pattern: They went for a walk. They did their homework. (after) They went for a walk after they had done their homework.

1. He left the room. I turned on the TV. (after)
2. She didn't talk to him. He finished revising for his exams (until)
3. She worked as a flower-girl. She owned a flower-shop. (before)
4. She looked at the sky. The sun set. (until)
5. She cooked dinner. She called her family to the dining-room. (after, as soon as)

Вариант II

1. Put special questions to the words in bold.

1. My friend will soon send **me an e-mail** letter.
2. **Her cousin** will give you some discs **in two days**.
3. Jane will **learn this poem**.
4. **My** mother will feed **the fish** in the evening.
5. **They** will drive **to the country** next Sunday.

2. Solve the problem

Your daughter is in her first year at college. She wants to go away for the weekend. Will you permit her?

3. Fill in the table about the pros and cons of studying abroad

Advantages of studying abroad
Disadvantages of studying abroad

4. Match the headlines with the articles

1. A new-married student couple in Cambridge has celebrated their wedding in an unusual way by jumping. In all their wedding gear, into the River Cam. The director of "Brides "n" Grooms" – the local wedding outfit shop- has spoken to other couples to discourage them from following suit.

2. Leeds police have arrested two men who mugged a bank clerk and stole his bank bag. The attack happened last Thursday when the man was on his way to work. The thieves ran off with the bag, but when they opened it, they found only a tuna sandwich. The bank clerk hasn't explained why his packed lunch was in the bag.

a. FAST FOOD

b. MOON WATER

c. MAD MARITAL PLUNGE

d. EQUAL OPPORTUNITIES

5. Choose the right variant:

1. The teacher made her ... this exercise. a) copy out b) to copy out c) copied out d) have copied

2. The rain made us ... home. a) come back b) to come back c) came back d) have come back

3. He didn't expect minister ... at once. a) answer b) to answer c) answered d) was answer

6. Rewrite the following sentences using Complex object:

E.g. "Bring me a book", said my brother to me. My brother wanted me to bring him a book

1. Wait for me after school, said Ann to me.

2. Fix the shelf in the kitchen, my father said to me.

3. It will be very good if you study English, said my mother to me.

4. Bring me some water from the river, children, said our grandmother.

5. Come to my birthday party, said Kate to her classmates.

7. Complete the following sentences.

1. We saw an accident while we...

2. Someone phoned me when I...

3. I met my friend when I...

4. She burnt her hand when she...

5. Yesterday while he was fixing the electricity...

8. Join the following pairs of sentences by making one of them a clause with the verb in the Past Perfect Tense. Use the conjunctions given in brackets.

Pattern: They went for a walk. They did their homework. (after) They went for a walk after they had done their homework.

1. Margaret read the contract. She signed it. (after).

2. Alice didn't think about time. She understood she was late. (until)

3. They reached the mountain top. The sun set. (when, as soon as)

4. She tore up the note. He read it carefully. (as soon as)

5. I didn't understand him. He repeated his words twice. (until)

ОПК-1.1: понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Знать: основы составления медиапродуктов

Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов

Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике

Вариант I

1. Match technical words to their definitions

1	values	a	particular ways of acting in different situations
2	competitive advantage	b	the situation when someone has in discussions with someone else to reach an agreement that is to their advantage
3	belief	c	the way you are expected to dress as an employee of a company
4	vision	d	beliefs or principles shared by the members of an organisation
5	bargaining power	e	the ideas and behavior of an organization or society 6 corporate culture

2. Read the text. Say whether according to the text the statements (1-5) are true (T) or false (F).

Globalization helps global market to consider whole world as a single market. Traders are extending their areas of business by focusing world as a global village. Earlier to the 1990s, there was restriction of importing certain products which were already manufactured in India like agricultural products, engineering goods, food items, toiletries, etc. However, during 1990s there was a pressure from rich countries over World Trade Organization, World Bank (engaged in development financing activities), and International Monetary Fund to allow other countries to spread their businesses by opening trade and market in the poor and developing countries. In India the globalization and liberalization process was started in 1991 under the Union Finance Minister.

After many years, globalization has brought major revolution in the Indian market when multinational brands came to India like PepsiCo, KFC, Mc. Donald, Boomer Chewing gums, IBM, Nokia, Ericsson, Aiwa etc and started delivering wide range of quality products at cheap prices. All the dominating brands shown real revolution of globalization here as a tremendous boost to the industrial sector economy. Prices of the quality products are getting down because of the cut throat competition running in the market. Globalization and liberalization of the businesses in the Indian market is flooding the quality foreign products however affecting the local Indian industries adversely to a great extent

1. The text suggests that Globalization incorporates any business action that has an international scope.
2. Globalization in India has allowed companies to increase their base of operations, expand their workforce with minimal investments, and provide new services to a broad range of consumers.
3. Notable examples of international companies that have done well in India in the recent years

include Pepsi, Coca-Cola, McDonald's, and Kentucky Fried Chicken.

4. India's economy has grown drastically since it integrated into the global economy in 1991.
5. The number of jobs in India are concentrated more in the services sector and this has led to rapid growth of service sector creating problems for individuals with low level of education.

3. Put in the appropriate word or word combination to complete the statement

1. It has become a commonplace to say that the world is changing at an ever-increasing pace. Companies today are faced with a stark choice: _____ or go under.
(A) adopt
(B) market
(C) adapt
(D) research
2. For example, until quite recently, companies typically tended to be _____.
(A) economical
(B) hierarchical
(C) welcoming
(D) democratic
3. They were built on a model which achieved a high degree of control, but in which _____ of communication were few and slow.
(A) webs
(B) media
(C) roads
(D) channels

4. Choose the correct form of the verb in brackets to complete the sentences.

1. The company stopped ... (produce) cigarettes in 1995, but they still manufacture candy.
2. When my computer broke, I tried ... (speak) to someone in technical support, but I couldn't get through.
3. I regret ... (tell) Joe that I was unhappy at work. He told my boss what I'd said!
4. Mr. Pile became a successful investor by carefully ... (watch) other traders and learning from their mistakes.
5. I didn't remember ... (switch off) my computer when I left the office, so it was on all weekend.

5. Write an impressive cover letter (50-60 words) for the position of Brand Manager, so that you will be called for an interview. In your cover letter you are to:

1. open the letter appropriately with the header, greetings and introduction;
2. state the reason for writing the letter;
3. highlight your strong points, your understanding of the work, and why you are suited for it;
4. include a summary comment near the end of your letter and indicate your availability for the interview;
5. close your letter

6. For questions 1-4, study each situation and complete the sentence below. Decide whether to use a first or second conditional structure.

1. What would you do if you ... (win) a million dollars?
2. If companies invested in sustainability throughout its entire business operations, there ... (be) much less pollution.
3. When the fee of PR service ... (go up) again, PR office might face some difficulties.
30. If I spoke English fluently, I ... (not/need) to take lessons.
4. If clients ... (be) satisfied with our service, each PR manager would get a bonus.

7. For questions 1-3, choose one word or phrase that best completes the sentence.

1. If communications are synchronized to achieve consistency and strong corporate identity the firm ... all fronts of marketing.
 (A) unifies
 (B) will unify
 (C) unified
 (D) have unified
2. If you ... worried about the risks, speak to one of our advisors.
 (A) are
 (B) will
 (C) will be
 (D) were not
3. As long as a new corporate identity ..., work related issues will increase.
 A) is implemented
 B) will be implemented
 C) implements
 D) was implemented

8. Each of these sentences contains an expression that's wrong. Cross out the incorrect word and write the correct one.

- 1 If we're going to turn this company around, we need to connect the spots and understand that all of our problems are somehow related. _____
- 2 We don't want to allow workers to home their skills at our company and then take their expertise somewhere else for more money. _____

Вариант II

Match technical words to their definitions

1	corporate culture	a	the ability to plan for the future or someone's ideas or hope of what something will be like in the future
2	behaviour	b	method of positioning a business as effectively as possible in the marketplace
3	leadership	c	a strong feeling that something is true or good
4	dress-code	d	an advantage that makes a company more
5	strategic planning	e	the position of being head of something; the qualities of a good leader

Read the text. Say whether according to the text the statements (1-5) are true (T) or false (F).



Building Brand Identity The steps a company should take to build a strong, cohesive, and consistent brand identity will vary, but a few points apply broadly to most: •Analyze the company and the market. A full SWOT analysis that includes the entire firm—a look at the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats—is a proven way to help managers understand their situation so they can better determine their goals and the steps required to achieve them.

•Determine key business goals. The brand identity should help fulfill these goals. For example, if an automaker is pursuing a niche luxury market, its ads should be crafted to appeal to that market. They should appear on channels and sites where potential customers are likely to see them.

•Identify its customers. Conducting surveys, convening focus groups, and holding one-on-one interviews can help a company identify its consumer group.

•Determine the personality and message it wants to communicate. A company needs to create a consistent perception, rather than trying to combine every conceivable positive trait: utility, affordability, quality, nostalgia, modernity, luxury, flash, taste, and class. All elements of a brand, such as copy, imagery, cultural allusions, and color schemes, should align and deliver a coherent message. Building a brand identity is a multi-disciplinary strategic effort, and every element needs to support the overall message and business goals. It can include a company's name, logo, and design; its style and the tone of its copy; the look and composition of its products; and, of course, its social media presence.

1. The text suggests that creating a brand identity an organization takes some definite and fixed actions.

2. Brand identity can hardly assist in achieving company's aims.

3. A target audience identification involves carrying out examinations of opinions, meeting customers and asking them questions about a product or service.

4. A company has to build an unchanging opinion about the company but not only impress its clients.

5. All components of a brand should express a clear idea.

3. Put in the appropriate word or word combination to complete the statement

1. Another disadvantage of this type of organization is that more junior may not even know who the CEO is.

(A) customers

(B) directors

(C) staff

(D) buyers

2. Or what _____ the decision-makers are trying to achieve.

(A) goals

(B) design

(C) plan

(D) sales

4. Choose the correct form of the verb in brackets to complete the sentences.

1. If you (will have / have) time, come and see me.

2. If they make their target, (they'll / they would) have a big party.

3. If we (will give / gave) them a 25 % discount, they'd double their order.

4. If I'd understood how serious the problem was, I (wouldn't have gone / didn't go) on holiday.

5. If I (am / were) you, I'd tell Dirk that he should do his own research.

5. Write an impressive cover letter (50-60 words) for the position of Brand Manager, so that you will be called for an interview. In your cover letter you are to:

1. open the letter appropriately with the header, greetings and introduction;

2 state the reason for writing the letter;

3. highlight your strong points, your understanding of the work, and why you are suited for it;

4. include a summary comment near the end of your letter and indicate your availability for the interview;
5. close your letter.

6. For questions 1-4, study each situation and complete the sentence below. Decide whether to use a first or second conditional structure.

1. If a firm stops building the identity, the situation ... (be) worse.
2. I ... (call) you when I get to the office.
3. If we have built the identity to accord with, we ... (need) more branding and the use of trademarks.
4. If you ... (can) choose any company, which one would you like to work for?

7. For questions 1-3, choose one word or phrase that best completes the sentence

1. If she ... the facts, she would definitely inform us.
 (A) was aware of
 (B) is aware of
 (C) will be aware of
 (D) was awared of
2. If Mr. Black had more practice in identifying the right image for a company, he ... improve his performance.
 (A) could
 (B) could be
 (C) doesn't
 (D) didn't
3. If he ... here with us, he could tell us the truth.
 (A) is
 (B) was
 (C) will be
 (D) can be

8. Each of these sentences contains an expression that's wrong. Cross out the incorrect word and write the correct one.

1. Your theory makes a lot of sense but it's completely divorced from practising. We simply don't work that way! _____
2. It's important to rejog teams from time to time even when there isn't a problem. It keeps ideas fresh. _____

ОПК-1.2. : Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Вариант I

1. Translate into English:

1. Идеи Бернштейна (Bernstein) помогают понять, почему дети из определенных социоэкономических слоев обычно в школе являются **отстающими**. Некие характеристики, связанные с **ограниченными речевыми кодами**, препятствуют успешной учебе ребенка в

школе.

2. Само существование частных школ подрывает **принцип равенства возможностей в образовании** в силу того, что ключом к успеху в образовании является скорее социальное происхождение, чем **способности**.

3. Три существующих вида средних школ стали известны как **трехвидовая школа**. Законодательство 1944 г было основано на **принципе равенства образовательных возможностей**, которое предполагало, что дети могут быть разделены на три категории, в соответствии с тремя различными типами **врожденных способностей и склонностей**.

2. Choose the correct alternative:

1. Meritocracy means that people may be promoted thanks to their:

- a. income b. status c. achievements d. social background

2. The tripartite school system in Britain was established:

- a. in the 19th century c. after the Second World War
b. after the First World War d. in the 1950s

3. Read, summarise and get ready to discuss the following text.

UK trade deficit surges to £9.7bn

By Daniel Pimlott

Published: May 13 2010 The Financial Times

The UK trade deficit widened in the first quarter of the year, damaging hopes that the economy can rely on a boost from demand overseas to offset the pain from impending public spending cuts.

The deficit in goods and services reached £9.7bn – more than £1bn higher than in the final quarter of last year and the highest since the third quarter of 2008, when Lehman Brothers collapsed. Trade looks likely to have detracted from growth in the first quarter – for the third quarter in a row, and when the Bank of England and the Treasury are both relying on exports to be a key driver of growth over the next few years as public spending cuts bite into domestic demand.

The pound has fallen by about a quarter against foreign currencies since 2007, and the expectation is that British products should be cheaper relative to foreign goods, boosting demand overseas and at home. The Bank even expects the UK to move close to a situation where it sells as much abroad as it imports by 2012, for the first time since the mid-1990s.

Economists have been widely disappointed by the failure of trade to deliver the desired growth in recent quarters, especially since the price of imported goods has risen by about 16 per cent since 2007. “Net trade had been puzzlingly weak,” the Bank of England said in its quarterly forecast earlier this week.

“We will need to see a slowing of domestic demand and an expansion of net exports,” Mervyn King, Bank governor, said. “That’s the rebalancing the UK economy requires in the next few years.”

The problem is also likely to be the result of the weak recovery in the eurozone – by far the biggest trading partner of the UK. “Slower than-expected-growth in exports comes along with slower European growth,” said Ray Barrell, economist at the National Institute of Economic and Social Research.

This is part of the reason why resolving the sovereign debt problems in the eurozone is critical for the UK.

“It is very important to the United Kingdom that these problems in Europe are dealt with, because we rely on a prosperous European economy in order for us to be able to rebalance our own economy,” said Mr King.

Yet the need for countries such as Greece, Spain and Portugal to undergo rapid fiscal consolidation and rebalance their economies away from imports is also a reason why exports to the UK may suffer. Demand for British products will be under threat just when drastic cuts in the UK are

undermining demand at home.

(<http://www.ragan.com/PublicRelations/Articles/49484.aspx>)

4. Translate into English.

1. Завтра он весь день будет готовиться к экзаменам.
2. Не опаздывайте. Я буду ждать Вас в читальном зале в девять.
3. Не звоните мне завтра. Я весь день буду заниматься.
4. Что Вы будете делать завтра в восемь?
5. Они будут работать весь июнь, а потом будут отдыхать.

5. Find the translation of the word поиск

1. switch,
2. search,
3. size,
4. space,
5. erase шрифт 1. key, 2. keyboard, 3. fond, 4. default, 5. failure

6. Выберите реплику, наиболее соответствующую ситуации общения.

1. Student

1: "Let's go to the library right now and look up this word in the dictionary!"

Student 2: "

_____"

- 1) I don't know what this word means.
- 2) Why should I? I'd rather send a fax.
- 3) Good idea! Let's do it now.
- 4) Why should we? I don't remember this word.

2. Student: "_____"

Tutor: "Yes, it was quite good."

- 1) Have you had time to mark my essay?
- 2) What about my essay?
- 3) Didn't you mark my essay?
- 4) What did you do with my essay?

3. Student

1: "Let's go to the library and take the necessary books."

Student 2: "_____"

- 1) I am not ready for my English class.
- 2) My idea doesn't coincide with yours.
- 3) Are you all right?
- 4) I think, we'd better do it after the break.

7. Выберите правильный ответ.

1. Mary gave the shop assistant three pound notes and received 65 pence _____. 1) queue

- 2) turn
- 3) change
- 4) money

2. Are you working on the early or the late _____ today?

- 1) staff
- 2) team
- 3) shift
- 4) routine

3. My phone number is 8-366-68-98 and _____ is 455.

- 1) intention
- 2) conjunction
- 3) extension
- 4) distinction

Вариант II

1. Translate into English:

1. **Увеличение девиантного поведения** связывается с ролью СМИ в **формировании повестки дня и отборе новостных сообщений**. Создавая **моральную панику** и представляя некоторые общественные группы **как козлов отпущения** или **пугало для народа**, они формируют **искажённый** образ этих групп, что приводит к тому, что их члены не стремятся **соответствовать** ценностям основной части общества.
2. Журналисты играют роль **посредников** между властью и обществом и стремятся **рационально распространять** информацию, хотя **ограничения, накладываемые временем**, часто приводят к **обрезанию контекста** и публикации статей **без связи с историей**.
3. Теория того, что **основными определяющими факторами в выборе повестки дня** являются элиты общества, критикуется за **сведение всего к экономическим факторам**.

2. Choose the correct alternative:

1. The publication of an untrue statement about a person which might bring him or her into contempt, ridicule, dislike, or hostility in society is called:
 - a. libel
 - b. exaggeration
 - c. obscenity
 - d. sensationalizing
2. The tripartite school system in Britain was established:
 - a. in the 19th century
 - b. after the First World War
 - c. after the Second World War
 - d. in the 1950s

3. Read, summarise and get ready to discuss the following text.

Good risk management is a valuable skill for PR projects

By Kim Harrison

Risk concerns have been pushed into our thinking, especially since 9/11 in 2001. We are much more aware and concerned about the risks to ourselves, our organization and our community. Reflecting this, risk management is becoming an integral part of good public relations practice. Risk is defined as the chance of something happening that will have an impact on objectives. Risk is measured in terms of likelihood and impact. Some people think public relations practice doesn't involve much risk, which they think is more about operational matters such as safety and security.

However, there is an element of risk in all public relations activity. Think of the risks to the organization inherent in a bad reputation, in controversial public issues, corporate crises, sponsorships turning bad, poor counsel to senior management, hyped product claims in marketing communication, use of celebrities in marketing, and in corporate events that go wrong. Many risk management experts believe that reputational risk is the most important of all – a PR risk that has dollar value.

Just this week, Goodyear Tyres Australia was forced into a humiliating backdown when the federal government ordered the company to pay for “corrective advertisements” in major newspapers about its false and misleading marketing hype. Goodyear had claimed in 2007 and 2008 that one of its tyres was “environmentally friendly,” had “minimal environmental impact,” its production process resulted in reduced carbon dioxide emissions and the tyre technology “increases the life” of the tyre and “improves fuel economy.” No doubt the company's reputation will suffer, along with its sales. Clearly there was no risk management process in place to prevent such unsubstantiated hype from going public.

Probably the most common risks encountered in PR life are in corporate events, which range from the formal – such as annual general meetings, conferences, staff and client briefings – to

the informal – such as social events and staff recognition activities. The risks in these events can be predicted and minimized with a little thought.

In addition to the potential risks in public relations activities, risks are prevalent in all areas of corporate life. We should be alert to these because communication may be needed to address internal and external corporate and operational risks.

4. Translate into English.

1. Через неделю в это время я уже не буду заниматься. Я буду купаться и лежать на пляже!
2. Ты будешь сегодня вечером смотреть телевизор?
3. Завтра в одиннадцать у нас лекция по истории.
4. Он придет через три дня примерно в это же время.
5. Послезавтра у моей сестры экзамен в музыкальной школе. Завтра она весь день будет играть.

5. Find the translation of the word шрифт

1. key,
2. keyboard,
3. fond,
4. default,
5. failure

6. Выберите реплику, наиболее соответствующую ситуации общения.

1. Hotel receptionist: "How can I help you?" Employee: "_____"
- 1) I have a reservation.
- 2) Hello, I have a reservation in my company's name.
- 3) Hello. Do you have any vacancies?
- 4) Hello, do you reserve my company?
2. Colleague: "Can you lend me some money?"
- Peter: "_____"
- 1) Nobody likes to lend money.
- 2) Sorry, but I'm short of money at the moment.
- 3) You see, money is not everything.
- 4) Yes, do, please.
3. Colleague: "_____"
- John: "Anyhow, I am going to live in London. I've got a new job."
- 1) You are not going to London, are you?
- 2) London is a perfect place for your career.
- 3) What's wrong with your job?
- 4) But London is too expensive for young people.

7. Выберите правильный ответ.

1. After graduating from the university she decided to take _____ courses.
- 1) undergraduate
- 2) students
- 3) doctoral
- 4) postgraduate
2. My favourite _____ at school were history and geography.
- 1) periods
- 2) lessons
- 3) subjects
- 4) tasks

3. A(n) _____ is usually more expensive than a dictionary because it is in several volumes.
- 1) report
 - 2) encyclopedia
 - 3) publication
 - 4) journal

ОПК-1.3.: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) ме-диапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах.

Вариант I

1. Выберите правильный ответ.

1. The _____ year begins in September.
 - 1) new
 - 2) secondary
 - 3) final
 - 4) academic
2. The Internet is a huge ____ network which helps us to communicate with each other.
 - 1) center
 - 2) education
 - 3) computer
 - 4) conference
3. You can study a lot of different _____ at this university.
 - 1) careers
 - 2) options
 - 3) degrees
 - 4) subjects.

2. Выберите правильный ответ.

1. Who gave you those _____ flowers?
 - 1) beautiful
 - 2) beautify
 - 3) beauty
 - 4) unbeauty
2. It's _____ cold today, considering it's still summer.
 - 1) unusuall
 - 2) unusually
 - 3) imusually
 - 4) usualness
3. I'd like to do it _____ this time.
 - 1) differently
 - 2) indifferent
 - 3) different
 - 4) difference.

3. Вставьте необходимые местоимения

he, its, it, my, mine, his, your, ours, me, us, their, theirs, him, them, hers, yours

1. Someone sent _____ these beautiful flowers for my birthday.
2. We are going for a walk. You can go with _____.
3. The dog has lost _____ collar.

4. Вставьте определенный артикль (the) или неопределенный артикль (a (an)), где необходимо

1. Last year we went to _____ Greece.
2. _____ book you gave me is very interesting.
3. They went for a stroll around _____ St. James' Park.

5. Оформление служебной записки. Выберите слова или сочетания слов для заполнения пропусков так, чтобы они отражали особенности оформления служебной записки

1. (1) _____ :

All Staff From : R&D Director

(2) _____ : the Chairman's visit The Chairman of our corporation,

(3) _____, will visit our company next Friday, 15 November. He is coming to visit our new production centre. He will arrive at 11:30 am and you are kindly requested to be at the welcome reception for him at the Conference Hall.

(4) _____

1) Subject

2) Mr Schnabel

3) U.T.

4) To.

6. Choose the correct words to complete these sentences.

1. Most people understand the need to move away from (the / —) fossil fuels but actually doing it will be very difficult.

2. (An / The) airline industry around the world has suffered in the recession.

3 We need to identify (a / the) sympathetic person in middle management who would be willing to take on a mentoring role for at least the next two years.

4. (The / —) US is often seen as a tough market by UK companies.

5. Building (a / the) personal network is extremely important for graduates.

7. Put the sentences into a logical order to make a conversation.

a) Sam I thought your face looked familiar! I was there, too. I'd love to talk to you sometime soon about something I'm working on.

b) Mia Not at all. I'm Mia Leeman. I'm with Kumatori Brake Company in Osaka. Sam, you might like to meet my colleague Nori Okazaki. He works on brake systems for Toyota.

c) Mia Excuse me. I'll let you two keep on talking but I'm afraid I have to make a quick call.

d) Sam Yes, that would be good. So you're based in Osaka, is that correct?

e) Sam Hello. I'm Sam Soames. I'm in marketing with Toyota UK. Do you mind me asking where you're from?

f) Nori Nice to meet you, Sam. I met some of your colleagues at the Paris Motor Show. g) Nori OK, Mia. See you later. Sam, we should do lunch one day this week.

h) Nori Not quite. Mia is in Osaka but I'm based at one of our factories, in Thailand.

8. Put in the appropriate word or word combination to complete the statement.

1. We also the enormous achievement of its adoption here today.

A) acknowledge

B) ally

C) induce

D) violate 3

2. The EC is a political and economic.....

A) alliance

B) recognition

C) violation

D) defense

3. Moreover the absence of labour standards is considered to be the... of poverty.

A) violation

B) consequence

- C) abuse
- D) alliance

Вариант II

1. The Use of articles. Chose the correct variant

1. Twenty-two cents ...kilo is now the market rate for unroasted coffee beans.
a) the; b) a (an); c) –.
2. Once Freddie Mercury said that he was not married to ...music, he was married to love.
a) the b) a (an); c) –.
3. The wife of the President of the USA is known as ... First Lady.
a) a(an); b) the; c) no article.
4. ...friend of mine, who lives in Crete, has never left the island.
a) a (an); b) the; c) no article.
5. What do you usually have for ... breakfast?
a) a (an); b) the; c) no article.

2. Degrees of comparison. Choose the right variant

1. Ben is my (good) friend.
a) goodest; b) better; c) best
2. Dorothy is (young) in her family.
a) the youngest; b) the younger; c) young.
3. Henry is not (strong) his brother Bob.
a) so strong as; b) strong as; c) stronger/
4. -It isn't warm today, is it? - No, it was (warm) yesterday.
a) more warm; b) warmer; c) the warmest.

3. The Plural. Choose the right variant

1. The tourist office has ...about hotel accommodation.
a) information; b) informations.
2. No news ... good news.
a) is; b) are.
3. Money ... the world go round.
a) make; b) makes.
4. Economics ... my favourite subject at the Institute.
a) is; b) are.

4. The Possessive Case. Choose the right variant

1. In a planned economy, ...wages depend on the service they provide to society.
a) workers'; b) workers.
2. ... salary mostly depends on the demand for his or her work.
a) Someone; b) Someone's.
3. Consumers can buy a ... goods or services.
a) company's; b) company.
4. Utility is the...word for the satisfaction we get from a purchase.
a) economists; b) economists'.
5. The cost of the good, the ... income can affect the utility of a good.
a) consumer; b) consumer's.

5. Auxiliary verbs. Chose the correct auxiliary verb

1. We go to work in order to obtain income which **...buy** us the things we want rather the things we need.
1) shall; 2) will; 3) has; 4) did.
2. He **...suffering** from a heart complaint.
1) is; 2) be; 3) am; 4) are.
3. He didn't manage to make photos while the conference **...going** on.
1) was; 2) being; 3) is; 4) be.

4. He **will...making** notes in his notepad as usual at the conference tomorrow.

1) have; 2) has; 3) be; 4) been/

5. Sales **...increased** by 80% over the last ten years, mainly due to expansion overseas.

1) have; 2) had; 3) has; 4) do.

6. Simple Tenses. Put the verbs in brackets into Present, Past or Future Indefinite.

1. She (see) your friend Ted two hours ago.

2. They usually (come) very late.

3. He (graduate) from the University next year.

4. Does your boy-friend (like) football?

5. He (be) 25 last year.

7. Open the brackets using Present Progressive or Present Simple

1. I (to write) a composition now.

2. I (not to drink) milk now.

3. I (to go) for a walk after dinner.

4. I (not to go) to the theatre every Sunday.

5. He (not to read) now.

8. Open the brackets using Past Progressive or Past Simple

1. I (to go) to the cinema yesterday.

2. I (to go) to the cinema at four o'clock yesterday.

3. I (to go) to the cinema when you met me.

4. I (to do) my homework the whole evening yesterday.

5. I (to do) my homework when mother came home.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Культурология»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.2: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Показатель оценивания: знание технологии социального взаимодействия с учетом этических принципов
УК-5.Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1: Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
Уметь: осуществлять межкультурную коммуникации
Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов исторического развития
Показатель оценивания: знание основных понятий межкультурной коммуникации и способность воспринимать межкультурное разнообразие общества.
УК-5.2: Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Показатель оценивания: владение способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования
Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда
Показатель оценивания: знание основных особенностей социокультурных явлений, способность к анализу
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.1: Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
Знать: основные особенности отечественного и мирового культурного процесса
Уметь: анализировать достижения отечественной и мировой культуры
Владеть: способностью выявлять и систематизировать лучшие образцы мировой культуры
Показатель оценивания: знание основных особенностей культурного процесса и способность систематизировать лучшие образцы мировой культуры

ОПК-3.2: Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Знать: основные направления и стили мировой художественной культуры
Уметь: гармонично сочетать художественный образ и текст, учитывая специфические особенности средств художественной выразительности
Владеть: художественным вкусом и стилевым чутьем
Показатель оценивания: знание основных художественных направлений и стилей и умение гармонично сочетать художественный образ и текст

ОПК-3.3: Применяет навыки использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: специфику сферы отечественного и мирового культурного процесса
Уметь: учитывать достижения отечественной и мировой культуры, средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Владеть: навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Показатель оценивания: знание специфики культурного процесса и способность создавать художественно выразительные медиатексты и медиапродукты, или иные коммуникационные продукты.

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-3.2: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личного, образовательного и профессионального роста
Показатель оценивания: знание технологии социального взаимодействия с учетом этических принципов

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Процесс приобщения человека к культуре, усвоение им определенных ценностей и норм и поведения – это:

- А. Инкультурация;
- Б. Аккультурация;
- В. Диффузия;
- Г. Этногенез

2. Передача от поколения к поколению продуктов культурного наследия –

- А. Нравы;
- Б. Традиции
- В. Регулятивы;
- Г. Обычаи;

3. Какая из функций культуры способствует объединению людей в общественные группы?

- А. Адаптивная;
- Б. Информативная;
- В. Интегративная
- Г. Коммуникативная;

4. Найдите соответствие:

1. . Маргинальная культура		А	Культура избранной, интеллектуальной публики
2. Локальная культура		Б	Культура пограничных социальных групп отвергающих культуру остального общества
3. Элитарная культура		В	Культура всех слоев населения
4. Массовая культура		Г	Культура, объединяющая народные группы, проживающие в конкретном месте

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Античная культура;
- Б. Первобытная культура;
- В. Культура Просвещения;

Г. Средневековая культура.

6. Дополните фразу. Предмет исследования культурологии не превышает того, что возникло в _____

7. Дополните фразу. Термин «культурология» впервые ввел в широкое употребление _____

8. Ситуационная задача.

У Вас имеется свое предприятие, компания по производству необходимых обществу продуктов. Сформулируйте принцип, который наиболее ярко раскроет имидж Вашего предприятия и сделает его более успешным (например, «Прогресс – это наш важный продукт»).

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Процесс взаимовлияния культур, а также результат этого влияния, заключающийся в восприятии одной из культуры элементов другой - это:

- А. Катарсис;
- Б. Конформизм;
- В. Мимесис;
- Г. Аккультурация

2. К знаково-символической системе культуры предприятий относятся:

- А. Статус, дисциплина, авторитарность
- Б. Стилль одежды, знаки отличия, награды
- В. Социальная политика, конформизм
- Г. Рабочая сила, экономическая эффективность

3. Наука о знаках и знаковых системах –

- А. Гносеология;
- Б. Аксиология;
- В. Семиотика;
- Г. Онтология

4. Найдите соответствие:

1. Философия культуры		А	описывает конкретно-исторические особенности культурного развития.
2. Теория культуры		Б	определяет общий смысл явления культур
3. История культуры		В	изучает все области жизнедеятельности современного человека и его взаимоотношение с природой
4. Экология культуры		Г	определяет сущность, место и значение конкретных культурных явлений

5. Укажите правильную последовательность:

Этапы развития культурной антропологии:

- А. Эволюционистский

- Б. Исторический
- В. Структурный;
- Г. Этнографический;

6. Дополните фразу. Социально одобряемые и разделяемые большинством людей представления о добре, справедливости, любви – это _____

7. Дополните фразу. Перевод на русский язык латинского слова «colere», от которого получила свое название наука культурология – это _____

8. Ситуационная задача.

Вы попали на остров в Индийском океане. На этом острове, как оказалось, проживает народ неизвестной истории племени. Вам необходимо познакомить мир с их культурой. Какой метод культурологического исследования Вы используете на первом этапе изучения их культуры?

УК-5.1: Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
Уметь: осуществлять межкультурную коммуникации
Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов исторического развития
Показатель оценивания: знание основных понятий межкультурной коммуникации и способность воспринимать межкультурное разнообразие общества.

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Главные ценности организационной культуры...

- А. Цели и заказчики
- Б. Имидж и иерархия
- В. Экономическая эффективность
- Г. Обряды и награды

2. Культура социальных или демографических слоев, воплощающая различия в образе жизни, мышлении, поведении, – это...

- А. Антикультура;
- Б. Кровнородственная культура;
- В. Субкультура;
- Г. Контркультура.

3. Под культурным процессом понимают ...

- А. Форму культуры;
- Б. Типические устойчивые повторяющиеся функциональные процедуры в культуре;
- В. Некоторое событие культурной жизни;
- Г. Формирование культурной политики.

4. Найдите соответствие:

1. Доминирующая или доминантная культура		А	Противостоит, находится в конфликте с господствующими ценностями большинства членов общества.
2. Субкультура		Б	Имеет систему профессиональных ценностей носителей социальных ролей
3. Контркультура		В	Имеет совокупность ценностей, верований, традиций и обычаев, которыми руководствуется большинство членов общества.
4. Специализированная культура		Г	Имеет систему ценностей, традиций, обычаев, присущих определенной социальной группе

5. Укажите правильную последовательность:

Понимание культуры в историческом аспекте

А. Культура – это качество человеческой деятельности, основанной на принципах рациональности.

Б. Культура – внеисторичное, овеществленное, наличное божественное откровение.

В. Культура уподоблялась живому организму, который в своем развитии совершенствуется от простых форм к более сложным

Г. Культура – это продукт свободной созидательной активности человека, фиксируемой в общественных явлениях и в фактах духовного и материального мира

6. Дополните фразу. Культура конкретного, исторически определенного общества, обладающая специфическими чертами – это

7. Дополните фразу. Аккультурация – это

8. Ситуационная задача.

Вам необходимо провести исследование молодежной культуры вашего города. Изучить различные молодежные группы и определить их направленность. По каким критериям, элементам молодежной культуры Вы будете классифицировать данные группировки?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. При культурологическом сопоставлении разных обществ и культур существенными критериями являются ...

А. Средняя продолжительность жизни;

Б. Генетический «код», антропометрия, коэффициент интеллектуального уровня человека;

В. Достижения в области образования, науки, искусства;

Г. Тип хозяйствования, структуры общественных связей, религия, язык,

2. Основными формами социальной культуры, по сравнению с духовной и технологической, являются ...

А. Наука, техника;

- Б. Политика, мораль;
- В. Мифология, религия;
- Г. Философия, искусство.

3. Важнейшей особенностью традиционной культуры является ...

- А. Четкое разделение утилитарного и знакового аспектов вещей в культуре;
- Б. Быстрые изменения, происходящие в процессе модернизации;
- В. Синкретизм, нерасчлененность форм бытия культуры, общества и человека, общества и природы;
- Г. Отчуждение человека от человека, нарушение общения, коммуникации, анонимность социальных контактов

4. Найдите соответствие:

1. Эволюция		А	Процесс застоя культуры
2. Диффузия		Б	Процесс поступательного развития и совершенствования культуры
3. Стагнация		В	Процесс взаимовлияния культур
4. Аккультурация		Г	Процесс распространения путем растекания и миграции культурных феноменов

5. Укажите правильную последовательность:

- А. панки
- Б. рокеры
- В. металлисты
- Г. хиппи

6. Дополните фразу. Компоненты обыденной культуры (культуры повседневности) – это

7. Дополните фразу. Функция культуры, обеспечивающая формирование личности посредством трансляции и усвоения знаний, ценностей и норм – это

8. Ситуационная задача.

Для существования и развития любой культуры, как и любому человеку, необходимы общение, диалог, взаимодействие. В XXI веке создалась ситуация, когда страны с развитой экономикой пытаются задержать развитие развивающихся стран, изолируя их политически и экономически. Как Вы считаете, созданная лидерами нынешняя ситуация благотворна для развития их собственной культуры и какие условия необходимы для успешного диалога между культурами?

УК-5.2: Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм

Показатель оценивания: владение способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Понятие «Архетип культуры» - это

- А. Любой искусственно созданный объект
- Б. Первообраз, «коллективное бессознательное» передаваемое по наследству
- В. Подражание древним формам культуры
- Г. Ранний этап в развитии культуры

2. Познавательная функция культурологии предполагает...

- А. Понимание сущности и роли культуры в жизни общества
- Б. Претворение в жизнь определенных социокультурных идеалов
- В. Разработку теоретических систем и категориального аппарата
- Г. Оценку культуры как целостной системы

3. Разработал теорию культурно-исторических типов (египетский тип, китайский, славянский...)

- А. П.А.Сорокин
- Б. А.Д.Тойнби
- В. О.Шпенглер
- Г. Н.Я.Данилевский

4. Найдите соответствие:

1. Адаптивная функция культуры	А	культура является способом хранения и передачи социального опыта
2. Аксиологическая функция культуры	Б	культура обеспечивает приспособление человека и общества к окружающей среде
3. Информативная функция культуры	В	культура осуществляет включение индивидов в общественную жизнь, способствует усвоению ими социального опыта, роли и формирует личность.
4. Социализирующая функция культуры	Г	способствует формированию у человека ценностных потребностей и ориентаций, позволяет различать хорошее и плохое

5. Укажите правильную последовательность:

уровни межкультурной компетенции при коммуникации выделенные Э. Хиршем

- А. обеспечивающий полноценное существование в новой культуре — ее «присвоение»;
- Б. необходимый для выживания;
- В. позволяющий в полной мере реализовать идентичность языковой личности.
- Г. достаточный для вхождения в чужую культуру;

6. Дополните фразу. Появление и распространение в культуре ранее не имевшейся черты – это

7. Дополните фразу. Культура – это мир...

8. Ситуационная задача.

Вам необходимо провести исследование взаимодействия различных культур, культур Востока и Запада. Какие уровни взаимодействия культур Вы будете выделять?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основными формами социальной культуры, по сравнению с духовной и технологической, являются ...

- А. Наука, техника;
- Б. Политика, мораль;
- В. Мифология, религия;
- Г. Философия, искусство

2. Один из уровней семиотического метода исследования изучает смысловое содержание знаков и их комбинаций

- А. Семантика
- Б. Синтактика
- В. Прагматика
- Г. Дидактика

3. При культурологическом сопоставлении разных обществ и культур существенными критериями являются ...

- А. Средняя продолжительность жизни;
- Б. Генетический «код», антропометрия, коэффициент интеллектуального уровня человека;
- В. Достижения в области образования, науки, искусства;
- Г. Тип хозяйствования, структуры общественных связей, религия, язык, историческая ментальность.

4. Найдите соответствие:

1. Традиция	А	Традиционно установившийся порядок поведения. Формы поведения в быту, в труде, общении
2. Обряд	Б	Элементы социального и культурного наследия, передающиеся от поколения к поколению и сохраняющиеся в определенных общественных и социальных группах в течение длительного времени
3. Обычай	В	Общепризнанные образцы, правила поведения или действия, которые являются устойчивыми регулятивными образованиями, утвержденными, признанными и оправданными членами сообщества

4. Нормы		Г	традиционные действия, сопровождаемые важные моменты жизни человеческого коллектива. (семейные, календарные, культовые, сельскохозяйственные)
-----------------	--	----------	---

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Ислам
Б. Анимизм
В. Христианство
Г. Тотемизм

6. Дополните фразу. Культурные нормы – это

7. Дополните фразу. Культура предприятия – это

8. Ситуационная задача

В одном офисе при обслуживании клиентов менеджер принимает посетителей одного за другим, строго по очереди. Во время своей работы он не отвечает на телефонные звонки и не звонит сам. Он получает информацию только от тех людей, с которыми видится в течение дня, и из своих рабочих документов

В другой организации офис менеджера напоминает проходной двор, когда люди постоянно входят и выходят в течение всего рабочего дня. Во время беседы менеджер отвлекается на телефонные разговоры и на прочие минутные вопросы. В этой ситуации все действующие лица обо всем информированы, и каждый знает, где ему следует искать необходимую информацию

Определите, кто из выше названных менеджеров обладает высоко контекстуальной культурой, а кто низкоконтекстуальной культурой. Опишите специфические особенности каждой из названных культур.

УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования
Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда
Показатель оценивания: знание основных особенностей социокультурных явлений, способность к анализу

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Кто из философов представлял историю как процесс, подчиняющийся всеобщим законам поступательного развития общества и проходит 3 стадии: «век богов», «век героев» и «век людей»?

- А. И. Гердер,
Б. Д. Вико,
В. Г. Гегель,

Г. И. Кант

2. Рассматривал историю человечества как «циклическую флуктуацию» и выделил три типа культуры: чувственный, идеациональный и идеалистический.

А. Б. Малиновский,
Б. Н. Данилевский,
В. П. Сорокин,
Г. Т. Парсонс

3. Характеристика феномена «массового человека»

А. Большая группа, объединенная наличием информационного поля, востребованная современным укладом жизни и приспособленная к нему.

Б. Социальная группа, отличающаяся языком, взглядами на жизнь, манерой поведения, одеждой, обычаями.

В. Носители социальных ролей и представители больших групп с профессиональной подготовкой.

Г. Высокообразованная часть общества, способная создавать и оценивать культурную продукцию.

4. Найдите соответствие:

1. Кризис культуры		А	Резкий переход от постепенных изменений к кардинальному обновлению культуры
2. Стагнация культуры		Б	Существенные изменения, которые происходят в культуре как таковой и в ее отдельных типах, формах и видах
3. Взрыв в культуре		В	Устойчивое состояние культуры, при котором основные ценности, нормы, идеологические и религиозные представления воспроизводятся в неизменном виде в течение длительного периода времени, при этом роль инноваций и контактов с другими культурами ограничена и невелика.
4. Динамика культуры		Г	Особая ситуация в культуре, когда прежние культурные доминанты уже не обеспечивают равновесного состояния социокультурной системы и не могут адаптировать культурное целое к новым условиям.

5. Укажите правильную последовательность:

Этапы развития культуры

А. Феодализм
Б. Социализм
В. Рабовладение
Г. Капитализм

6. Дополните фразу. По мнению З.Фрейда, основной инстинкт, объединяющий всех людей и являющийся движущей силой человечества — это

7. Дополните фразу. Тип культуры, названный П.Сорокиным, где преобладают сверхчувственные, духовные ценности, поклонение некоему Абсолюту, Богу или

Идеи – это

8. Ситуационная задача

Культура как системное целое состоит из множества компонентов, взаимодействующих друг с другом. В каждой культуре есть устойчивые, стабильные элементы и вместе с тем культурные феномены, как и сама культура, подвержены изменениям. Проследите динамику культуры России последние три года. Какие изменения происходят в русской культуре на данном этапе развития?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Считал, что в основе каждой культуры лежит уникальная «Душа культуры»

- А. И.Гердер
- Б. О.Шпенглер
- В. Г.Гегель,
- Г. И.Кант

2. Натуралистическая культурологическая школа рассматривала культуру как...

- А. Культура – есть некая знаковая система, созданная человеком
- Б. Культура – это общественная природа и организация
- В. Культура – механизм социального подавления свободного внутреннего мира индивидов
- Г. Культура – сложнейший и строго иерархизированный «текст», несущей опорой которого является естественный язык

3. Основоположник структурализма

- А. К. Леви-Стросс
- Б. А.Тойнби
- В. Б. Малиновский
- Г. Г.К. Юнг

4. Найдите соответствие:

1. Эклектичность культуры		А	Много культурных центров притяжения и влияния
2. Мозаичность культуры		Б	Изменение или модификация черт культуры во времени и пространстве
3. Полицентричность культуры		В	Пестрота общей культурной картины
4. Динамичность культуры		Г	Механическое соединение разнородных, часто противоположных принципов, взглядов, теорий, художественных элементов

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Натуралистическая культурологическая школа
- Б. Символическая школа

В. Общественно-историческая школа

Г. Социологическая школа

6. Дополните фразу. Термин, введенный З.Фрейдом, обозначающий главную направляющую силу человеческого поведения — это

7. Дополните фразу. Тип культуры где, по мнению П.Сорокина, преобладает «истина чувств» и истина наслаждения — это

8. Ситуационная задача

Культура как системное целое состоит из множества компонентов, взаимодействующих друг с другом. В каждой культуре есть устойчивые, стабильные элементы и вместе с тем культурные феномены, как и сама культура, подвержены изменениям. Проследите динамику культуры Западной Европы последние три года. Какие изменения происходят в Западной культуре на данном этапе развития?

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.1: Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
Знать: основные особенности отечественного и мирового культурного процесса
Уметь: анализировать достижения отечественной и мировой культуры
Владеть: способностью выявлять и систематизировать лучшие образцы мировой культуры
Показатель оценивания: знание основных особенностей культурного процесса и способность систематизировать лучшие образцы мировой культуры

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Выявите черты, присущие готическому художественному стилю...

- А. Массивность и тяжеловесность форм, аскетичность,
- Б. Округлость и пышность форм, излишество деталей и украшений,
- В. Строгость форм, рациональность и образцовость
- Г. Утонченность и заостренность форм, устремленность в высь

2. Определите выразительные средства графики

- А. Пространство, функция, конструкция, форма
- Б. Стилизация формы, фактура материала, декор
- В. Линия, штрих, контур, пятно, тон
- Г. Цвет, пятно, форма, формат, перспектива

3. Выберите правильное утверждение. Художники, работавшие в стиле барокко...

А. Признавали высшим образцом античное искусство и, опираясь на традиции искусства Высокого Возрождения, стремились к изображению мира, основанного на вечных и неизменных законах разума.

Б. Тяготели к парадной торжественности и пышности, аффектированности и патетики, к изображению чудес и мучений.

В. Искали мотивы и героев из окружающей жизни, увлеченно следуя натуре.

Г. Создавали свой вымышленный образ мира, по принципу контраста с окружающей жизнью.

4. Найдите соответствие:

1.Экономическая культура		А	Нравы и обычаи
2. Политическая культура		Б	Практические технологии
3. Религиозная культура		В	Домашнее хозяйствование
4. Научно-техническая культура		Г	Суеверия и предрассудки

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Средневековая культура
- Б. Античная культура
- В. Культура Эпохи Возрождения
- Г. Первобытная культура

6. Дополните фразу. Сближение наций и расширение их культурных контактов — это

7. Дополните фразу. Любой искусственно созданный объект, имеющий как определенные физические характеристики, так и знаковое или символическое содержание – это

8. Ситуационная задача

Перед Вами репродукции картин известных художников прошлого: «Сдача Бреды» Д.Веласкеса, «Отдых на пути в Египет» М.Караваджо, «Смерть Германика» Н.Пуссена, «Союз Земли и Воды» П.Рубенса.

Вам необходимо определить, что объединяет представленные произведения и в чем они отличаются.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Определите характерные черты классического искусства

- А. Внимание к душевным переживаниям человека, слезливой патетики
- Б. Пышная декоративность и вычурная помпезность
- В. Благородная красота и спокойное величие
- Г. Динамичность, чувственная интимность и поэтичность

2. В какое время впервые произошло признание ценности человека как личности, его права на свободное развитие и проявление своих способностей

- А. В эпоху Возрождения
- Б. Во времена Античности
- В. В эпоху Средневековья
- Г. В эпоху Просвещения

3. Архитектурная конструкция храмов Древней Греции

- А. Арочно-сводчатая
- Б. Стоечно-балочная
- В. Стеновая
- Г. Каркасная

4. Найдите соответствие:

1. Имхотеп		А	Храм царицы Хатшепсут
2. Хемиун		Б	Пирамида фараона Джосера
3. Инени		В	Храм Амона-Ра в Карнаке
4. Сенмут		Г	Пирамида фараона Хеопса

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Римская культура
- Б. Эгейская культура
- В. Византийская культура
- Г. Египетская культура

6. Дополните фразу. Взаимодействие культур, восприятие одним народом полностью или частично культуры другого народа — это

7. Дополните фразу. Распадение, расчленение единой культуры на составные части – это

8. Ситуационная задача

Перед Вами репродукции картин известных художников прошлого: «Сдача Бреды» Д.Веласкеса, «Боярыня Морозова» В.Сурикова, «Смерть Германика» Н.Пуссена, «Коронация Марии Медичи» П.Рубенса.

Вам необходимо определить, что объединяет представленные произведения и в чем они отличаются.

ОПК-3.2: Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Знать: основные направления и стили мировой художественной культуры
Уметь: гармонично сочетать художественный образ и текст, учитывая специфические особенности средств художественной выразительности
Владеть: художественным вкусом и стилевым чутьем
Показатель оценивания: знание основных художественных направлений и стилей и умение гармонично сочетать художественный образ и текст

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Представители импрессионизма – направления в искусстве последней трети XIX – начала XX века стремились...

- А. К сознательному упрощению художественных образов, ориентируясь на формы первобытного искусства
- Б. Наиболее естественно запечатлеть изменчивость мира и мимолетность впечатлений.
- В. Воспеть будущее, индустриализм и технику с ее высокими скоростями
- Г. Передать через геометрические фигуры и грани окружающий их мир

2. Выберите название стиля характерного для русской архитектуры второй половины XIX века, который соединяет в себе мотивы различных исторических стилей

- А. Ампи́р
- Б. Барокко
- В. Классицизм
- Г. Эkleктика

3. Героика протеста и борьбы, интерес к национальному прошлому, традициям фольклора и культуры своего и других народов, идея синтеза искусств – все это нашло выражение в...

- А. Реализме
- Б. Романтизме
- В. Классицизме
- Г. Сентиментализме

4. Найдите соответствие:

1. В. Суриков	А	«На севере диком»
2. И. Левитан	Б	«Покорение Сибири Ермаком»
3. И. Репин	В	«Запорожцы»
4. И. Шишкин	Г	«Над вечным покоем»

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Романтизм
- Б. Рококо
- В. Классицизм
- Г. Барокко

6. Дополните фразу. Направление культурной антропологии, согласно которому различные социокультурные феномены или культуры вообще могут иметь общий источник, мигрировать, распространяться путем растекания, а также накладываться друг на друга – это

7. Дополните фразу. Изменения в культурной жизни нестабильных обществ, происходящие в форме «маятниковых» переходов от одного крайнего состояния к

другому и обратно – это

8. Ситуационная задача

Вам нужно сделать наружную рекламу на тему продажи антикварной мебели и разместить ее на билборде. Какой образ и текст более всего подойдет для нее?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Указать верное высказывание. Представители стиля рококо утверждали ...

- А. Идеи «просвещенного абсолютизма» и величие монархии
- Б. Ценность благородных и активных чувств человека в борьбе с окружающей средой
- В. Изображение явлений, максимально соответствующих действительности
- Г. Стремление к изящной интимности, сдержанному лиризму, к «философии наслаждения»

2. Определите характерные черты архитектуры стиля Ампира

- А. Соединение разнородных исторических художественных стилей.
- Б. Строгие монументальные формы с элементами римской военной атрибутики.
- В. Пышная декоративность и рельефность фасадов
- Г. Стремление к четкой ясности и образцовой строгости

3. Сооружения НЕ являющиеся мегалитическими:

- А. Дольмены
- Б. Курганы
- В. Кромлехи
- Г. Менгиры

4. Найдите соответствие:

1. Реализм		А	Внимание к личности человека, его внутреннему миру, героизация образа
2. Романтизм		Б	Пышная декоративность и показная демонстрация образа
3. Классицизм		В	Правдивое отражение окружающей действительности со всеми ее красотами и недостатками
4. Барокко		Г	Строгая композиция и идеализация образов

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Неолит
- Б. Мезолит
- В. Эпоха бронзы
- Г. Палеолит

6. Дополните фразу. Стремление сохранить старые порядки, враждебность изменениям – это

7. Дополните фразу. Совокупность знаков и система определенных правил, при помощи которых информация может быть представлена в виде набора из таких символов для передачи, обработки и хранения – это

8. Ситуационная задача

Вам нужно сделать наружную рекламу на тему продажи антикварной посуды и разместить ее на билборде. Какой образ и текст более всего подойдет для нее?

ОПК-3.3: Применяет навыки использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: специфику сферы отечественного и мирового культурного процесса
Уметь: учитывать достижения отечественной и мировой культуры, средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Владеть: навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Показатель оценивания: знание специфики культурного процесса и способность создавать художественно выразительные медиатексты и медиапродукты, или иные коммуникационные продукты.

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Художники, изображая современные сюжеты, передавали свои впечатления от увиденного, строили фрагментарные композиции своих картин, использовали чистые и цвета палитры.

- А. Барбизонцы
- Б. Импрессионисты
- В. Символисты
- Г. Передвижники

2. Течение в европейском искусстве XVI в., представители которого отошли от ренессансной гармонии восприятия мира, крайне удлиняли пропорции фигур, подражали приемам разработанными художниками Высокого Возрождения.

- А. Маньеризм
- Б. Ампири
- В. Барокко
- Г. Реализм

3. Картина, ярче всего воплощающая принципы французского революционного классицизма...

- А. «Свобода на баррикадах» Э. Делакруа
- Б. «Восстание» О. Домье
- В. «Клятва Горациев» Ж. Давида
- Г. «Похороны в Орнани» Г. Курбе

4. Найдите соответствие:

1. Леонардо да Винчи		А	«Любовь земная и небесная»
2. Микеланджело Буонарроти		Б	«Джоконда»
3. Тициан Вечеллио		В	«Сикстинская Мадонна»
4. Рафаэль Санти		Г	«Давид»

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Римская культура
- Б. Эгейская культура
- В. Византийская культура
- Г. Египетская культура

6. Дополните фразу. Русский художник, один из основателей Товарищества передвижных художественных выставок, автор картины «Петр I допрашивает царевича Алексея в Петергофе» – это

7. Дополните фразу. Русский художник, создавший Цикл «Песнь о вешем Олеге» и оказавший значительное влияние на развитие русской книжной иллюстрации – это

8. Ситуационная задача

Вам необходимо сделать наружную рекламу. Какие требования следует соблюдать, чтобы она была эффективна?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Итальянский живописец, архитектор и писатель. Автор знаменитых «Жизнеописаний», основоположник современного искусствознания.

- А. Бальдассаре Кастильоне
- Б. Питер Рубенс
- В. Никола Пуссен
- Г. Джорджо Вазари

2. Французский архитектор О.Р.Монферран создал в России

- А. Храм Христа Спасителя
- Б. Александрийский столп (колонну)
- В. Арку Главного штаба
- Г. Петропавловский собор

3. Великий итальянский скульптор, живописец, архитектор, поэт и мыслитель эпохи Возрождения

- А. Сандро Боттичелли
- Б. Джотто ди Бондоне
- В. Микеланджело Буонарроти
- Г. Рафаэль Санти

4. Найдите соответствие:

1. А.Захаров		А	Михайловский дворец (Русский музей)
2. О.Монферран		Б	Казанский собор
3. К.Росси		В	Адмиралтейство
4. А.Воронихин		Г	Исаакиевский собор

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Средневековая культура
- Б. Античная культура
- В. Культура Эпохи Возрождения
- Г. Первобытная культура

6. Дополните фразу. Группа русских художников, кто впервые в истории культуры организовали выставки современных художников, перемещая их по разным городам страны – это

7. Дополните фразу. Искусство проектирования и строительства зданий и сооружений – это

8. Ситуационная задача

Вам необходимо сделать рекламную афишу для исторического спектакля «Садко». Какой образ и текст более всего подойдет для нее. Творчество каких художников может Вам быть полезным?

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Психология»



1. *Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания*

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.1: Понимает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач
Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации
Уметь: собирать и обобщать информацию
Владеть: методиками системного подхода для решения профессиональных задач
Показатель оценивания: знание основ существующих психологических теорий и применение их в профессиональной среде.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
Показатель оценивания: знание основ и принципов социального взаимодействия, способность целеполагания в профессиональном и образовательном росте.

УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.1: Понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда
Знать: принципы самовоспитания и самообразования
Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования
Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований
Показатель оценивания: знание основ самовоспитания и самообразования для управления своей познавательной активностью для продвижения по профессиональной траектории.

УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.2: Демонстрирует умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории
Знать: критерии самоконтроля и рефлексии;
Уметь: разрабатывать индивидуальную образовательную траекторию;
Владеть: навыками корректировки обучения по выбранной траектории;

Показатель оценивания: знание основ саморегуляции и способность разрабатывать траектории профессионального развития.

УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-6.3: Применяет способы управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей

Знать: основы и принципы управления своей познавательной деятельностью

Уметь: управлять своей познавательной деятельностью

Владеть: навыками удовлетворения образовательных интересов и потребностей

Показатель оценивания: знание основ тайм-менеджмента для управления своей познавательной активностью для продвижения по профессиональной траектории.

Шкала оценивания – для дифференцированного зачета «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-1.1: Понимает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач

Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации

Уметь: собирать и обобщать информацию
Владеть: методиками системного подхода для решения профессиональных задач
Показатель оценивания: знание основ существующих психологических теорий и применение их в профессиональной среде.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- Сложным, постоянным, устоявшимся отношением человека к чему-либо, чертой личности является:**
 - Переживание;
 - Чувство;
 - Эмоция;
 - Потребность.
- Эмоции, переживание которых приводит к усталости, слабости, бессилию, называются:**
 - Амбивалентными ;
 - Положительными ;
 - Отрицательными ;
 - Стеническими.
- Эмоционально тяжелое переживание человеком своей неудачи, сопровождающееся чувством безысходности, крушением надежд в достижении определенной желаемой цели, называется:**
 - Страсть;
 - Стресс;
 - Настроение;
 - Фрустрация.

4. Найдите соответствие:

1. Человек		А	личность с присущими только ей индивидуальными особенностями
2. Индивид		Б	живое существо, обладающее признаками биологического вида «Homo sapiens»
3. Индивидуальность		В	Индивид, прошедший социализацию
4. Личность		Г	человек с присущими только ему неповторимыми особенностями

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении различных переживаний по нарастанию степени эмоциональной напряженности последовательность будет такая:

- страсть;
- стресс;
- настроение;
- аффект.

6. Дополните фразу. Кратковременное сильное эмоционального переживание, похожее на эмоциональный «взрыв», носит название _____
7. Дополните фразу. Процесс и результат усвоения человеком социального опыта - это _____
8. Назовите лишний элемент в перечислении
К познавательным процессам относятся: ощущения, память, внимание, сила воли.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Самым узким по содержанию понятием в психологии личности является понятие:
- А. Человек ;
 - Б. Индивид ;
 - В. Личность;
 - Г. Индивидуальность .
2. Стрессовое состояние, переживание за малый промежуток времени и имеющее положительные последствия, называется:
- А. Фрустрация;
 - Б. Ди-стресс;
 - В. Эв-стресс;
 - Г. Настроение.
3. Личностью можно назвать:
- А. Трехлетнего малыша;
 - Б. Ю.А. Гагарина;
 - В. Козьму Пруtkова;
 - Г. Директора музыкальной школы.

4. Найдите соответствие:

1. Чувство		А	сильная кратковременная эмоциональная реакция высокой напряженности на определенную ситуацию
2. Эмоция		Б	сложное, устоявшееся отношение человека к чему-либо или к кому-либо
3. Аффект		В	эмоциональное переживание отношения человека к чему-либо или к кому-либо, приобретающее со временем характеристики личностной черты
4. Страсть		Г	кратковременное переживание человеком своего отношения к чему-либо или к кому-либо

5. Укажите правильную последовательность

При рассмотрении этапов развития стресса выделяют следующие компоненты:

- А. истощение;
- Б. сопротивление;
- В. возникновение;
- Г. тревога.

6. Дополните фразу. Эмоции, переживание которых приводит к усталости, слабости, бессилию, носят название _____
7. Дополните фразу. Индивидуальные особенности личности, обеспечивающие успешность деятельности - это _____
8. Назовите лишний элемент в перечислении:
К психологии личности относятся понятия: эмоции, темперамент, внимание, характер.

УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
Показатель оценивания: знание основ и принципов социального взаимодействия, способность целеполагания в профессиональном и образовательном росте.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Психика - это:
А. Объективный образ реальности;
Б. Субъективное восприятие окружающего мира;
В. Субъективный образ объективной реальности;
Г. Отражение внутренних свойств личности.
2. Ко внешним групповым свойствам относятся:
А. Дружба;
Б. Сотрудничество;
В. Сочувствие;
Г. Компетентность.
3. Автором первого психологического трактата является:
А. Анаксагор;
Б. Демокрит;
В. Платон;
Г. Аристотель.
4. Найдите соответствие:

1. Сенсорная депривация		А	приспособление, привыкание органов чувств к меняющимся условиям внешней среды
2. Синестезия		Б	длительный дефицит большинства привычных ощущений
3. Адаптация		В	при максимальном проявлении ощущение может перейти в свою противоположность

4. Взаимопроникновение ощущений		Г	При действии сильного раздражителя возникает дополнительное ощущение, характерное для другого анализатора
--	--	----------	---

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении эволюционного развития личности в социальном плане выделяют последовательно ступени:

- А. индивид;
- Б. личность;
- В. человек;
- Г. индивидуальность.

6. Дополните фразу. Среди экстерорецептивных ощущений по способу воздействия раздражителя на рецептор различают _____ и _____

7. Назовите лишний элемент в перечислении:

К основателям гештальт-психологии относятся следующие ученые: Левин, Коффка, Вундт _____

8. Ситуационная задача:

Девушка несет апельсины (10 штук), каждый из которых весит 300 г. Заметит ли она, что груз стал тяжелее, если ей в пакет положить еще лимон весом 80 г?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Ощущением называется:

- А. то, что мы ощущаем;
- Б. отражение отдельных свойств предметов и явлений, непосредственно воздействующих в данный момент на органы чувств;
- В. отражение объективной действительности во всем ее многообразии;
- Г. ответная реакция рецепторов на внешние раздражители.

2. Преобразование информации об окружающем мире выполняет:

- А. восприятие;
- Б. внимание;
- В. память;
- Г. воображение.

3. Назовите ученого, внесшего вклад в изучение процессов памяти:

- А. Дарвин;
- Б. Галль;
- В. Эббингауз;
- Г. Вебер.

4. Найдите соответствие:

1. Иллюзия		А	внезапное озарение, догадка, решение трудной задачи
2. Галлюцинация		Б	искаженное восприятие реальных объектов

3. Инсайт		В	внезапное, самопроизвольное воспоминание
4. Реминисценция		Г	обман органов чувств, восприятие нереальных объектов

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении этапов развития психики в филогенезе выделяют следующие компоненты:

- А. рефлекс;
- Б. инстинкт;
- В. раздражимость;
- Г. перцепция.

6. Дополните фразу. Бурная кратковременная эмоциональная реакция на происходящее, «эмоциональный взрыв» - это _____

7. Назовите лишний элемент в перечислении

К основателям гештальт-психологии относятся следующие ученые: Келер, Вертгеймер, Юнг _____

8. Ситуационная задача:

В цехе работают 60 одинаковых станков. Сколько из них должны остановиться, чтобы мастер на слух мог это установить?

УК-6.1: Понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда
Знать: принципы самовоспитания и самообразования
Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования
Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда
Показатель оценивания: знание основ самовоспитания и самообразования для управления своей познавательной активностью для продвижения по профессиональной траектории.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. К объективным методам психологии относятся:

- А. Наблюдение;
- Б. Методика Роршаха;
- В. Близнецовый метод;
- Г. Лабораторный эксперимент.

2. Минимальная величина раздражителя, при которой впервые возникает едва заметное ощущение, называется:

- А. Относительным порогом ощущения;
- Б. Дифференцированным порогом ощущения;
- В. Абсолютным нижним порогом ощущения;
- Г. Относительным нижним порогом ощущения.

3. Ко внешним индивидуальным процессам относятся:

- А. Мимика;
- Б. Упрямство;
- В. Деятельность;
- Г. Эмоция.

4. Найдите соответствие:

1. Верхние отделы мозгового ствола	А	включают в свой состав речевые центры
2. Затылочные доли	Б	отвечают за регуляцию процессов химического обмена и питание коры головного мозга
3. Лобные доли	В	регулирует положение тела в пространстве
4. Мозжечок	Г	отвечают за формирование зрительных образов

5. Дополните фразу. Предположение о рефлекторном характере психики впервые высказал _____

6. Дополните фразу. Длительный дефицит привычных ощущений называется _____

7. Назовите лишний элемент в перечислении:

Анализатор состоит из: рецептора, проводникового отдела, центрального отдела, двигательных нейронов.

8. Ситуационная задача:

В зале включены люстры, которые дают освещенность в 2000 люксов. Заметят ли присутствующие, если освещенность изменится на 25 люксов?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Восприятием называется:

- А. отражение отдельных свойств предмета окружающей действительности;
- Б. отражение предмета в целом, в совокупности его свойств;
- В. запечатление образа окружающего мира в коре больших полушарий мозга;
- Г. создание нового образа на основе ранее увиденного.

2. Ко внутренним групповым состояниям относятся:

- А. паника;
- Б. сплоченность;
- В. конфликт;
- Г. нон-конформизм.

3. Впервые составил карту головного мозга с указанием локализации зон, отвечающих за регуляцию основных психических процессов:

- А. Гиппократ;
- Б. Гельмгольц;
- В. Гераклит;

Г. Галль.

4. Найдите соответствие:

1. Декарт		А	изучал способы проявления инстинктов у животных
2. Белл, Проказка, Мажанди		Б	добавил к схеме рефлекторной дуги звенья обратной связи
3. И.П. Павлов		В	впервые предложил идею рефлекторного характера психики
4. Ч.Дарвин		Г	была предложена схема рефлекторной дуги

5. Дополните фразу. Самопроизвольное внезапное воспоминание забытого материала - это _____

6. Дополните фразу. Искаженное восприятие реальных объектов называется _____

7. Назовите лишний элемент в перечислении:

К видам памяти по характеру целей деятельности относят: произвольную, после-произвольную, непроизвольную.

8. Ситуационная задача:

Юноша несет связку из 10 книг, каждая весом 450 г. Сколько должна весить брошюра, которую ему надо подложить в связку, чтобы юноша ощутил разницу в весе?

УК-6.2: Демонстрирует умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории
Знать: критерии самоконтроля и рефлексии;
Уметь: разрабатывать индивидуальную образовательную траекторию;
Владеть: навыками корректировки обучения по выбранной траектории;
Показатель оценивания: знание основ саморегуляции и способность разрабатывать траектории профессионального развития.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. К основателям психологической школы «функционализм» относят:

- А. Уотсон;
- Б. Джемс;
- В. Вундт;
- Г. Коффка.

2. К явлениям, связанным с ощущениями, относятся:

- А. Физическая иллюзия;
- Б. Сенсорная депривация;

- В. Психическая иллюзия;
Г. Инсайт.

3. К нарушениям памяти относится:

- А. Синестезия;
Б. Реминисценция;
В. Аттракция;
Г. Криптомнезия.

4. Найдите соответствие:

1. Аутизм		А	психическое состояние, возникающее в результате длительного ограничения возможностей, характеризующееся нарушением социальных контактов
2. Деменция		Б	состояние психики, характеризующееся замкнутостью, отсутствием потребности в общении, отрывом от реальности, уходом в себя, пассивностью и сверххранимостью в контактах со средой
3. Депривация		В	болезненное переживание своего физического несовершенства, недостатков внешности
4. Дисморфобия		Г	распад, необратимое ослабление интеллектуальной деятельности

5. Дополните фразу. Результатом воображения является _____

6. Дополните фразу. При действии сильного раздражителя возникает дополнительное ощущение – это явление называется _____

7. Назовите лишний элемент в перечислении:

К нарушениям процесса чтения относят: алалию, алексию, дислексию.

8. Ситуационная задача: определите тип темперамента работника.

Татьяна Алексеевна — менеджер, 40 лет. Это безгранично увлекающаяся натура. Часто берет работу не по силам, до крайности подвижна. Она в любую минуту готова сорваться с места и «лететь» в любом направлении. Ее руки не находят покоя; она быстро и часто поворачивает голову в разные стороны.

Татьяна Алексеевна вспыльчива. Задание понимает сразу, но в работе делает много ошибок из-за торопливости и невнимательности. Она резко переходит от смеха к гневу, и наоборот. Татьяна Алексеевна очень инициативна. Всех «засыпает» вопросами. Злопамятна. С огромным энтузиазмом берется за все новое, но не может довести дело до конца, так как оно теряет для нее интерес. Очень любит, когда ее хвалят и ставят в пример, на критику сердится и может сорваться, а на тех, кто критикует, затаивает злобу.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Способность живых организмов биологически целесообразно реагировать на значимые для их жизни воздействия среды - это:

- А. перцепция;
Б. раздражимость;

В. инстинкт;

Г. рефлекс.

2. К экстерорецептивным дистантным ощущениям относится:

А. вкусовые;

Б. кожные;

В. ощущения равновесия;

Г. зрительные.

3. К нарушениям мышления относится:

А. Физические иллюзии;

Б. Психические иллюзии;

В. Бред;

Г. галлюцинации.

4. Найдите соответствие:

1. Синкинезия	А	неспособность к звучной и громкой речи при сохранности шепотной
2. Эхопраксия	Б	дополнительные движения, произвольно присоединяющиеся к произвольным
3. Афония	В	патологическая замедленность речи
4. Брадилалия	Г	подражательное автоматическое повторение движений и действий других людей

5. Дополните фразу. Сбор информации об окружающем мире выполняет _____

6. Дополните фразу. Результатом мышления является _____

7. Назовите лишний элемент в перечислении:

К видам памяти по характеру целей деятельности относят: произвольную, после-произвольную, произвольную, произвольную.

8. Ситуационная задача: Определите тип темперамента работника.

Лев Викторович — бухгалтер, 38 лет. Спокоен, малоразговорчив. Окружающие говорят, что он туповат, но работает Лев Викторович хорошо: никогда не делает ошибок в расчетах. Обычно не ссорится. Единственная ссора была связана с тем, что однажды, когда он был в отпуске, его стол был вынесен из кабинета и заменен новым. После возвращения из отпуска он в резкой форме потребовал вернуть стол. Требование было удовлетворено, и Лев Викторович успокоился. Сослуживцы считают, что он очень увлечен работой, так как забывает об обеде и не ходит в столовую.

Очень привязан к своей семье. Хороший отец.

Главный бухгалтер уважает его за аккуратность и добросовестность в работе, но говорит, что Лев Викторович необыкновенно упрям и заставить его выполнить работу, которую он не хочет делать, невозможно.

УК-6.3: Применяет способы управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей

Знать: основы и принципы управления своей познавательной деятельностью
Уметь: управлять своей познавательной деятельностью
Владеть: навыками удовлетворения образовательных интересов и потребностей
Показатель оценивания: знание основ тайм-менеджмента для управления своей познавательной активностью для продвижения по профессиональной траектории.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Высший уровень психического отражения и регуляции, присущий только человеку как общественно-историческому существу, это:

- А. Инстинкт;
- Б. Раздражимость;
- В. Сознание;
- Г. Рефлекс.

2. В некоторых видах монотонной работы имеет явное преимущество человек, являющийся по темпераменту близким к:

- А. Меланхолику;
- Б. Холерику;
- В. Сангвинику;
- Г. Флегматику.

3. Преобразование информации об окружающем мире выполняет:

- А. Мышление;
- Б. Внимание;
- В. Память;
- Г. Воображение.

4. Найдите соответствие:

1. Внушение		А	апелляция к бессознательному невербальными средствами
2. Убеждение		Б	апелляция к бессознательному, к эмоциям человека вербальными средствами
3. Заражение		В	способ применения специальных техник для «склонения» собеседника к определенным выводам или действиям
4. Воздействие		Г	апелляция к сознанию собеседника вербальными способами, основанными на причинно-следственных связях

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении эволюционного развития группы выделяют последовательно этапы:

- А. нормирование;
- Б. стагнация;
- В. формирование;
- Г. развитие.

6. Дополните фразу. Произвольная податливость индивида мнению группы называется _____
7. Дополните фразу. Правила индивидуального и группового поведения, принятие всеми членами группы, - это _____
8. Назовите лишний элемент в перечислении:
К биологически обусловленной подструктуре личности в психологии относят: характер, темперамент, тип нервной системы, группу крови.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Темпераментом называется:
 - А. неповторимое индивидуальное сочетание психологических черт личности;
 - Б. индивидуально своеобразная, природно-обусловленная совокупность динамических проявлений психики;
 - В. индивидуальный стиль деятельности индивида;
 - Г. совокупность устойчивых, психологически индивидуальных черт личности, отражающих отношение человека к себе, окружающим и к труду.
2. К нарушениям памяти относят:
 - А. реминисценцию;
 - Б. парамнезию;
 - В. инсайт;
 - Г. иллюзию.
3. Если индивид принимает цели группы, разделяет внутригрупповые интересы, то для него данная группа является:
 - А. функциональной;
 - Б. целевой;
 - В. проектной;
 - Г. референтной.

4. Найдите соответствие:

1. Холерик		А	сильный, уравновешенный, подвижный
2. Флегматик		Б	слабый, неуравновешенный, инертный
3. Меланхолик		В	сильный, неуравновешенный, подвижный
4. Сангвиник		Г	сильный, уравновешенный, инертный

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении этапов развития стресса выделяют следующие компоненты:

- А. истощение;
- Б. сопротивление;
- В. возникновение;
- Г. тревога.

6. Дополните фразу. Непроизвольная податливость индивида мнению группы носит название _____
7. Дополните фразу. Апелляция к бессознательному, к эмоциям человека вербальными средствами называется _____
8. Назовите лишний элемент в перечислении:
К социально обусловленной подструктуре личности в психологии относят: характер, потребности, мотивы, умения.
-

Вопросы к зачету с оценкой:

1. Основные этапы развития психологической мысли.
 2. Современные психологические школы и направления.
 3. Предмет и объект психологии, основные отрасли науки. Место психологии в системе наук. Методы психологии.
 4. Понятие ощущений. Виды ощущений. Классификация ощущений.
 5. Общие закономерности ощущений. Закон Бугера-Вебера. Адаптация.
 6. Понятие и основные свойства восприятий. Искажения восприятия.
 7. Отличия восприятий от ощущений. Механизмы восприятия пространства, движения, времени. Феномены восприятия.
 8. Явление когнитивного диссонанса. Особенности восприятия человека человеком.
 9. Понятие памяти. Виды памяти. Особенности запоминания и забывания. Феномены памяти.
 10. Внимание. Его виды и основные характеристики.
 11. Общее понятие мышления, его связь с воображением. Формы мышления.
 12. Основные процессы мышления. Качества и виды мышления.
 13. Мыслительные операции. Мышление и речь.
 14. Понятие воображения, его виды и основные функции. Воображение и творчество.
 15. Понятия: личность, человек, индивид. Проблема соотношения биологического и социального начал в структуре человеческой личности.
 16. Различные подходы к трактовке личности в современной психологии.
 17. Возрастная периодизация, ведущие виды деятельности в различные периоды развития личности.
 18. Способности, их классификация и развитие.
 19. Различные подходы к типологизации темпераментов. Отличительные характеристики холерического, сангвинического, флегматического и меланхолического темпераментов.
 20. Понятие характера. Типология характеров.
 21. Характер и личность. Воля и безволие.
 22. Виды эмоций. Роль эмоций в жизни человека.
 23. Основные подходы к теории эмоций. Формы проявления переживаний.
 24. Психические образования (знания, умения, навыки, профессиональные привычки и качества).
 25. Целостность психических процессов. Основные функции психики. Взаимодействие полушарий головного мозга в психических процессах.
-

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итог выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Информатика»



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-1.2 Демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Знать: методики анализа и систематизации разнородных данных
Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данных
Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: владеет принципами сбора, отбора и обобщения информации
УК-1.3 Применяет навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; применяет методы принятия решений
Знать: основы научного поиска и практической работы с информационными источниками
Уметь: осуществлять научный поиск и практическую работу с информационными источниками
Владеть: методами принятия решений
Показатель оценивания: владеет методами принятия решений
ОПК-6.1 Понимает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности
Знает: современные технические средства и информационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности.
Умеет: использовать технические средства и информационные технологии для получения необходимой информации.
Владет: навыками использования технических средств и информационных технологий для получения необходимой информации, оформления ссылок, сносок и библиографического списка для использования в профессиональной деятельности.
Показатель оценивания: владеет навыками использования технических средств и информационных технологий
ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Знает: основные понятия теории информации, методы сбора, передачи, организации хранения в памяти
Умеет: применять технические и программные средства реализации информационных процессов: использовать локальные и глобальные сети ЭВМ
Владет: современными методами сбора, обработки и анализа данных
Показатель оценивания: владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных
ОПК-6.3 Демонстрирует навыки применения современных информационных технологий и программных средств
Знать: специфику применения современных информационных технологий и программных средств при решении задач в профессиональной деятельности
Уметь: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Владеть: навыками применения современных информационных технологий и программных средств при решении задач профессиональной деятельности.
Показатель оценивания: владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-1.2 Демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Знать: методики анализа и систематизации разнородных данных
Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данных
Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: владеет принципами сбора, отбора и обобщения информации

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Книга Microsoft Excel сохраняется в файле с расширением...

- А) EXE
- Б) BMP
- В) XLSX или XLS
- Г) DOC или DOCX

2. Примером относительной ссылки в Microsoft Excel является...

- А) \$A\$1
- Б) C15
- В) \$D5
- Г) C\$4

3. В ячейке листа MS Excel появилось сообщение #ЗНАЧ!. Что это означает?

- А) деление на 0
- Б) в адресе ячейки использованы русские буквы
- В) в качестве аргумента вместо числа или даты используется текст
- Г) число открывающих и закрывающих скобок в формуле не совпадает

4. Нажатие клавиши F4 приводит к преобразованию адреса в ячейке листа MS

Excel:

- А) Относительного в абсолютный
- Б) Абсолютного в смешанный
- В) Смешанного в относительный
- Г) Все выше перечисленное

5. Решение задачи в Microsoft Excel

Используя данные таблицы, рассчитайте меню на произвольное количество порций, постройте круговую диаграмму, отражающую примерное меню на обед для ребенка от 1,5 до 3 лет. Отобразите долю каждого блюда в %.

Примерное меню на обед (в граммах) на порций				
	от 1 до 1,5 года на одну порцию	от 1 до 1,5 года (всего)	от 1,5 до 3 лет на одну порцию	от 1,5 до 3 лет (всего)
Салат	25		35	
Суп	100		100	
Мясное суфле	55		65	
Гарнир	100		120	
Компот или напиток	100		150	

6. Задание по теме «Электронные презентации».

Создайте электронную презентацию на произвольную тему, состоящую из трех слайдов: титульный, маркированный список, текст и графика. Настройте анимацию для каждого объекта слайда. Сохраните презентацию в предварительно созданной папке.

7. Для данной электронной таблицы вычислите значение формулы MAX(B2:C4)

	A	B	C
1	5	6	7
2	8	9	17
3	9	0	21
4	14	15	16

8. Дан фрагмент электронной таблицы. Из ячейки D3 в одну из ячеек диапазона E1:E4 была скопирована формула. При копировании адреса ячеек в формуле автоматически изменились и значение формулы стало равно 25. В какую ячейку была скопирована формула? В ответе укажите только одно число — номер строки, в которой расположена ячейка.

	A	B	C	D	E
1	5	6	7	15	

2	8	9	10	18	
3	11	12	13	=A\$2+\$C3	
4	14	15	16	24	

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В ячейку D2 ввели формулу = A\$5+\$B2/\$F\$8. Затем эту формулу распространили вправо. Какая формула содержится в ячейке E2?

- А) B\$5+\$B2/\$F\$8
- Б) A\$6+\$B3/\$G\$9
- В) B\$5+\$C2/\$G\$8
- Г) E\$5+D2/\$F8

2. Для записи в ячейки диапазона A1:A100 листа Excel арифметической прогрессии 12, 15, 18, 21, ..., не набирая всю ее целиком, необходимо...

- А) Набрать в ячейке A1 число 12, в ячейке A2 число 15, выделить обе эти ячейки и протянуть за маркер автозаполнения до ячейки A100
- Б) Набрать в ячейке A1 число 12, в ячейке A2 формулу = A\$1 + 3, выделить обе эти ячейки и протянуть за маркер автозаполнения до ячейки A100
- В) Набрать в ячейке A1 число 12, в ячейке A2 число 15, выделить обе эти ячейки, меню Правка, заполнить, вниз
- Г) Набрать в ячейке A1 формулу =12+3 и протянуть ее за маркер автозаполнения до ячейки A100

3. В ячейку C9 ввели формулу = C8/\$A\$8. Затем эту формулу распространили вправо. Какая формула содержится в ячейке G9?

- А) G8/\$A\$8
- Б) C8/\$G\$8
- В) G8/A\$8
- Г) C9/\$G8

4. В электронных таблицах формула не может включать в себя...

- А) Знаки арифметических операций
- Б) Имена ячеек
- В) Текст
- Г) Круглые скобки

5. Решение задачи в Microsoft Excel.

Составьте таблицу значений функции $y=ax^2$. Заполните пустые ячейки по результатам электронных вычислений. Постройте график функции $y=ax^2$

a=	2,5					
x	0	0,5	1	1,5	2	2,5
$y=ax^2$						

6.Задание по теме «Электронные презентации»

Создайте электронную презентацию на произвольную тему, состоящую из трех слайдов: титульный, маркированный список, текст и графика. Настройте анимацию для каждого объекта слайда. Сохраните презентацию в предварительно созданной папке.

7. В ячейки диапазона C2:E5 электронной таблицы записаны числа, как показано в таблице.

	A	B	C	D	E
1					
2			10	15	20
3			25	30	35
4			40	45	50
5			55	60	65

В ячейке B4 записали формулу=\$C4+D\$5. После этого ячейку B4 скопировали в ячейку A2. Какое число будет показано в ячейке A2?

8. В электронной таблице приведены продажи молочной продукции фермерским хозяйством. Если остаток товара на складе больше 50 единиц, то на него распространяется скидка 5%.

	A	B	C	D	E	F
1	Вид товара	Цена за единицу товара, руб.	Кол-во товара на складе, шт.	Кол-во проданного товара	Скидка на товар	Выручка, руб.
2	Молоко	56	50	32	0%	1792,00
3	Творог	61	123	44	5%	2549,80
4	Масло	103	97	39		

Рассчитайте значение ячейки F4.

УК-1.3 Применяет навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; применяет методы принятия решений
Знать: основы научного поиска и практической работы с информационными источниками
Уметь: осуществлять научный поиск и практическую работу с информационными источниками
Владеть: методами принятия решений
Показатель оценивания: владеет методы принятия решений

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В ячейку C9 ввели формулу = C8/\$A\$8. Затем эту формулу распространили вправо. Какая формула содержится в ячейке G9?

- Д) G8/\$A\$8
- Е) C8/\$G\$8
- Ж) G8/A\$8
- З) C9/\$G8

2. В электронных таблицах формула не может включать в себя...

- Д) Знаки арифметических операций
- Е) Имена ячеек
- Ж) Текст

3) Круглые скобки

3. Результатом вычислений в ячейке электронной таблицы C1 будет:

	A	B	C
1	10	=A1/2	=СУММ(A1:B1)*A1

A) 50

Б) 100

В) 150

Г) 200

4. Укажите клавишу, которую надо удерживать для выделения несмежного диапазона ячеек на листе MS Excel:

A) Shift

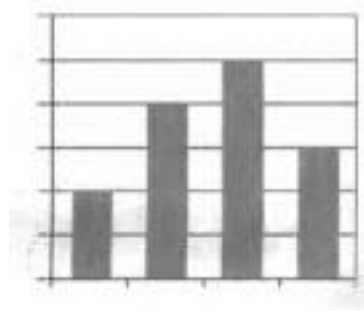
Б) Ctrl

В) Alt

Г) Tab

5. Дан фрагмент электронной таблицы

	A	B	C	D
1	3		5	
2	=C1-A1	=A2*2	=A1+2	=B1-B2



Какое число должно быть записано в ячейке B1, чтобы построенная после выполнения вычислений диаграмма по значениям диапазона ячеек A2:D2 соответствовала рисунку?

6. Дополните фразу

Первыми появились ... сети

7. Дайте определение

Клиент - это ...

8. Верно ли утверждение

Сервер - это специализированная операционная система

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Укажите клавишу, которую надо удерживать для выделения несмежного диапазона ячеек на листе MS Excel:

Д) Shift

Е) Ctrl

Ж) Alt

З) Tab

2. В ячейке листа MS Excel появилось сообщение #ИМЯ? Что это означает?

- А) деление на 0
- Б) в адресе ячейки использованы русские буквы
- В) в качестве аргумента вместо числа или даты используется текст
- Г) число открывающих и закрывающих скобок в формуле не совпадает

3. В ячейке листа MS Excel появилось сообщение #ДЕЛ/0! Что это означает?

- А) деление на 0
- Б) в адресе ячейки использованы русские буквы
- В) в качестве аргумента вместо числа или даты используется текст
- Г) число открывающих и закрывающих скобок в формуле не совпадает

4. Для того, чтобы увеличить расстояние между буквами, подготовленного в текстовом редакторе MS Word фрагмента текста, надо выполнить команду...

- А) Вкладка Главная, Абзац
- Б) Вкладка Главная, Шрифт
- В) Вкладка Главная, Список
- Г) Вкладка Главная, Стили

5. Какую строку будет занимать запись Pentium после проведения сортировки по возрастанию по ключевому полю Компьютер?

	Ком-	Опер.	Винче-
	Pentium	16	2 Гб
	386 DX	4	300 Мб
	486 DX	8	800 Мб
	Pentium	32	4 Гб

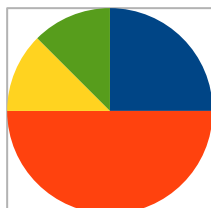
6. Для данной электронной таблицы вычислите значение формулы =СУММЕСЛИ(A2:C4 <>5»;A2:C4)

	A	B	C
1	5	6	7
2	8	5	24
3	4	7	2
4	11	3	-5

7. Дан фрагмент электронной таблицы:

	A	B	C	D
	3		5	
	= (A1+C1)/4	=C1-1	=A2/2	=B1/2

Какое число должно быть записано в ячейке B1, чтобы построенная после выполнения вычислений диаграмма по значениям диапазона ячеек A2:D2 соответствовала рисунку?



8. Дайте определение

Технология мультимедиа –это...

ОПК-6.1 Понимает современные ин-формационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности
Знает: современные технические средства и информационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности.
Умеет: использовать технические средства и информационные технологии для получения необходимой информации.
Владеет: навыками использования технических средств и информационных технологий для получения необходимой информации.
Показатель оценивания: владеет навыками использования технических средств и информационных технологий

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Если подать команду Отправить, Рабочий стол для какого либо файла, то на рабочем столе появится...

- А) Этот файл
- Б) Ярлык для этого файла
- В) Копия этого файла
- Г) Файл переместится на рабочий стол

2. Какой вид просмотра документа отсутствует в MS Word?

- А) Нормальный
- Б) Разметка страницы
- В) Обычный
- Г) Структура

3. Вы переименовали ярлык. К чему привели ваши действия...

- А) К переименованию, связанного с ярлыком объекта
- Б) Ни к чему не привели
- В) К удалению, связанного с ярлыком объекта
- Г) К сбою в работе операционной системы из-за нарушения связи с объектом

4. Путь к файлу это...

- А) Цепочка соподчиненных папок, которые надо открыть, чтобы получить доступ к файлу
- Б) Перечень файлов, которые надо открыть, чтобы найти файл
- В) Перечень папок и файлов, которые надо открыть, чтобы найти файл
- Г) Имя папки и имя файла, которые надо открыть, чтобы найти файл

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Чтобы скопировать файл, достаточно подать команды...

- А) В папке-приемнике – Копировать, в папке-источнике - Вставить
- Б) В папке-источнике – Копировать, в папке-приемнике – Вставить
- В) В папке-источнике – Вырезать, в папке-приемнике - Вставить
- Г) В папке-источнике – Копировать

2. **Может ли быть создано несколько ярлыков одной и той же программы?**

- А) Можно создать только один ярлык
- Б) Можно создать не более двух ярлыков
- В) Можно создать неограниченное количество ярлыков
- Г) Нельзя создать ни одного ярлыка

3. **Красная строка в MS Word настраивается командой**

- А) Вкладка Главная, Абзац
- Б) Вкладка Главная, Шрифт
- В) Вкладка Главная, Список
- Г) Вкладка Главная, Стили

4. **Наберите нижеприведенный текст**

КУРСКИЙ ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА, ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

ОБЯВЛЯЕТ НАБОР НА КОМПЬЮТЕРНЫЕ КУРСЫ

В программе:

- Устройство ПК;
- Операционная система MS Windows;
- Прикладное программное обеспечение;
- Архиваторы, антивирусы;
- Сервисы Интернет

Срок обучения: 1,5 месяца

Наш адрес: ☒: г. Курск, ул . Радищева, 35

☎: (071) 56 – 71 – 97

✂-----

5. **Для данной электронной таблицы вычислите значение формулы MAX(B2:C4)**

	A	B	C
1	5	6	7
2	8	9	17
3	9	0	21
4	14	15	16

6. **Дан фрагмент электронной таблицы.** Из ячейки D3 в одну из ячеек диапазона E1:E4 была скопирована формула. При копировании адреса ячеек в формуле автоматически изменились и значение формулы стало равно 25. В какую ячейку была скопирована формула? В ответе укажите только одно число — номер строки, в которой расположена ячейка.

	A	B	C	D	E
--	----------	----------	----------	----------	----------

1	5	6	7	15	
2	8	9	10	18	
3	11	12	13	=A\$2 +\$C3	
4	14	15	16	24	

7. Дополните фразу

К мультимедийным функциям относятся ...

8. Верно ли утверждение

Назначение корпоративной системы - это автоматизация внутренних задач управления

ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Знает: основные понятия теории информации, методы сбора, передачи, организации хранения в памяти компьютера и обработки информации;
Умеет: применять технические и программные средства реализации информационных процессов: использо-
Владеет: современными методами сбора, обработки и анализа данных
Показатель оценивания: владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

- Какой вид списков в MS Word отсутствует?
 - Маркированный
 - Макетированный
 - Многоуровневый
 - Нумерованный
- Составная часть презентации, содержащая различные объекты, называется...
 - слайд
 - лист
 - кадр
 - рисунок
- Можно ли одному объекту назначить несколько эффектов анимации?
 - да
 - нет
 - иногда
 - можно создать только два эффекта анимации
- Запуск программы Power Point осуществляется с помощью команд ...
 - Пуск – Главное меню – Программы – Microsoft Power Point*
 - Пуск – Главное меню – Найти – Microsoft Power Point
 - Панели задач – Настройка – Панель управления – Microsoft Power Point
 - Рабочий стол – Пуск – Microsoft Power Point

5. Задание на создание текстового документа в MS Word

В текстовом редакторе изготовьте макет визитной карточки.



ГОТЭК-ПРИНТ
Закрытое акционерное общество
СУМИНА
Ирина Геннадьевна
Менеджер отдела продаж

Россия
 307130, г. Железногорск
 Курской обл.

☎(07148)4-13-49
 E-mail: gotek-print@gotek.ru

6. Решение задачи в Microsoft Excel.

Создайте таблицу хранящую информацию об автомобилях.

	Автомобиль	Год выпуска	Цена
	Тойота-Карина	1989	6500
	Опель-Омега	1989	7600
	БМВ - 525	1989	13800
	Фольксваген-Пассат	1989	8800
	ВАЗ-2105	1989	3200
	ВАЗ-2105	1993	3600
	Опель-Омега	1993	13800
	БМВ-525	1993	19000
	Фольксваген-Пассат	1993	14400
	Тойота-Карина	1994	14300
	Фольксваген-Пассат	1994	15500

А) отсортируйте таблицу по возрастанию сначала года выпуска, затем по названию автомобиля.

Б) примените фильтр так:

- чтобы на экране осталась информация об автомобилях выпущенных не позже чем в 1993 году;
- название автомобиля начиналось с буквы «Б».

7. Создайте электронную презентацию на произвольную тему, состоящую из трех слайдов: титульный, маркированный список, текст и графика. Настройте анимацию для каждого объекта слайда. Сохраните презентацию в предварительно созданной папке.

8. Создайте электронную презентацию на произвольную тему, состоящую из трех слайдов: титульный, маркированный список, текст и графика. Настройте анимацию для каждого объекта слайда. Сохраните презентацию в предварительно созданной папке.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Как задать анимационный эффект объекту?

- А) Выделить объект – Анимация – Настройка анимации – Добавить эффект
- Б) Настройка анимации – Добавить эффект
- В) Добавить эффект
- Г) Вид – Добавить эффект

2. Для добавления слайда в презентацию надо:

- А) Главная – Создать слайд
- Б) Главная – Макет
- В) Вставка – Новый слайд
- Г) Вид – Создать слайд

3. Для вставки рисунка в слайд надо:

- А) Вставка – Рисунок
- Б) Главная – Рисунок
- В) Дизайн – Вставить рисунок
- Г) Вид – Вставить рисунок

4. Для размещения текста на слайде:

- А) Вид – Надпись
- Б) Дизайн – Надпись
- В) Вставка – Надпись
- Г) Надстройка – Надпись

6. Задание на создание текстового документа в MS Word

Наберите текст с учетом следующего форматирования

Параметры страницы	Параметры абзацев		
	1-ый абзац	2-ой абзац	3-ий абзац
Верхнее поле – 1 см Нижнее поле – 1,5 см Левое поле – 2 см Правое поле – 1 см Ориентация – книжная	Шрифт – Arial Размер шрифта – 13 Выравнивание – по левому краю	Шрифт – Times New Roman Размер шрифта – 14, курсив Выравнивание – по центру	Шрифт – Times New Roman Размер шрифта – 14 Выравнивание – по ширине Отступ: слева – 2 см; справа – 2 см; первая строка – отступ – 1 см; межстрочный интервал – полуторный

"Бизнес-Сервис"
113244, Москва,
ул. Новая, 3
Тел. 123-4567
Факс 123-4566

Уважаемый Вячеслав Иванович!

Акционерное общество "Бизнес-Сервис" приглашает Вас в субботу 15 ноября 2004 года в 20 часов на традиционное осеннее заседание Клуба москов-

ских джентльменов.

Президент клуба

А.М. Ростокин

7. Решение задачи в Microsoft Excel

Составьте таблицу значений функции $y=ax^2 + x+b$ для заданных значений аргумен-

та x

	2					5	
X	0	0,5	1	1,5	2	2,5	
Y							

Постройте график функции Y.

8.Задание по теме «Электронные презентации»

Создайте электронную презентацию на произвольную тему, состоящую из трех слайдов: титульный, маркированный список, текст и графика. Настройте анимацию для каждого объекта слайда. Сохраните презентацию в предварительно созданной папке.

ОПК-6.3 Демонстрирует навыки при-менения современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественно-го производства, при решении задач профессиональной деятельности
Знать: специфику применения современных информационных технологий и программных средств при решении задач в профессиональной деятельности
Уметь: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех эта-
Владеть: навыками применения современных информационных технологий и программных средств при
Показатель оценивания: владеет навыками применения современных информационных технологий и

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

- Чтобы скопировать файл, достаточно подать команды...**
 - В папке-приемнике – Копировать, в папке-источнике - Вставить
 - В папке-источнике – Копировать, в папке-приемнике – Вставить
 - В папке-источнике – Вырезать, в папке-приемнике - Вставить
 - В папке-источнике – Копировать
- Может ли быть создано несколько ярлыков одной и той же программы?**
 - Можно создать только один ярлык
 - Можно создать не более двух ярлыков
 - Можно создать неограниченное количество ярлыков
 - Нельзя создать ни одного ярлыка
- Красная строка в MS Word настраивается командой**
 - Вкладка Главная, Абзац

- Е) Вкладка Главная, Шрифт
Ж) Вкладка Главная, Список

4. Для того, чтобы увеличить расстояние между буквами, подготовленного в текстовом редакторе MS Word фрагмента текста, надо выполнить команду...

- Д) Вкладка Главная, Абзац
Е) Вкладка Главная, Шрифт
Ж) Вкладка Главная, Список
З) Вкладка Главная, Стили

5. Какую строку будет занимать запись Pentium после проведения сортировки по возрастанию по ключевому полю Компьютер?

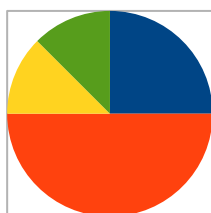
	Компью-	Опер.	Па-	Винчестер
	Pentium	16		2 Гб
	386 DX	4		300 Мб
	486 DX	8		800 Мб
	Pentium II	32		4 Гб

6. Для данной электронной таблицы вычислите значение формулы =СУММЕСЛИ(A2:C4 «>5»;A2:C4)

	A	B	C
1	5	6	7
2	8	5	24
3	4	7	2
4	11	3	-5

7. Дан фрагмент электронной таблицы:

	A	B	C	D
	3		5	
	= (A1+C1)/4	= C1-1	= A2/2	= B1/2



Какое число должно быть записано в ячейке B1, чтобы построенная после выполнения вычислений диаграмма по значениям диапазона ячеек A2:D2 соответствовала рисунку?

8. Дайте определение
Технология мультимедиа –это...

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В ячейку C9 ввели формулу = C8/\$A\$8. Затем эту формулу распространили вправо. Какая формула содержится в ячейке G9?

- A) G8/\$A\$8
- Б) C8/\$G\$8
- В) G8/A\$8
- Г) C9/\$G8

2. В электронных таблицах формула не может включать в себя...

- A) Знаки арифметических операций
- Б) Имена ячеек
- В) Текст
- Г) Круглые скобки

3. Результатом вычислений в ячейке электронной таблицы C1 будет:

	A	B	C
1	10	=A1/2	=СУММ(A1:B1)*A1

- A) 50
- Б) 100
- В) 150
- Г) 200

4. Укажите клавишу, которую надо удерживать для выделения несмежного диапазона ячеек на листе MS Excel:

- A) Shift
- Б) Ctrl
- В) Alt
- Г) Tab

5. Дополните фразу

Первыми появились ... сети

6. Дайте определение

Клиент - это ...

7. Верно ли утверждение

Сервер - это специализированная операционная система

8.Задание по теме «Электронные презентации»

Создайте электронную презентацию на произвольную тему, состоящую из трех слайдов: титульный, маркированный список, текст и графика. Настройте анимацию для каждого объекта слайда. Сохраните презентацию в предварительно созданной папке.

Вопросы к экзамену

1. Назначение текстового редактора, электронных таблиц на примере Microsoft Word и Microsoft Excel
 2. Содержимое ячейки Microsoft Excel.
 3. Относительная, абсолютная и смешанная адресация ячеек в Microsoft Excel.
 4. Сортировка и фильтрация данных в Microsoft Excel.
 5. Построение диаграмм в Microsoft Excel.
 6. Организация рабочего места в Microsoft Word.
 7. Разделение текста на абзацы и слияние абзацев в Microsoft Word.
 8. Сохранение документа в Microsoft Word.
 9. Форматирование текста в Microsoft Word
 10. Изменение шрифта и размера текста в Microsoft Word
 11. Форматирование абзацев в Microsoft Word.
 12. Создание списков - перечислений. Сортировка списка в Microsoft Word.
 13. Вставка в текст дополнительных элементов в Microsoft Word
 14. Вставка специальных символов в Microsoft Word.
 15. Вставка текущей даты и времени в Microsoft Word
 16. Вставки рисунков и форматирование рисунков в Microsoft Word.
 17. Вставка автофигур и их форматирование в Microsoft Word.
 18. Вставка надписей и форматирование надписей в Microsoft Word.
 19. Вставка сноски в Microsoft Word
 20. Вставка номеров страниц в Microsoft Word.
 21. Вставка новой страницы в Microsoft Word.
 22. Таблицы и колонки.
 23. Создание таблицы
 24. Изменение ширины столбцов
 25. Вставка и удаление столбцов и строк
 26. Объединение и разбиение ячеек.
 27. Создание обрамления и заполнения.
 28. Оформление текста в несколько колонок.
 29. Оформление текста буквицей.
 30. Предварительный просмотр и печать документа.
 31. Порядок создания шаблонов и документов с помощью шаблонов.
 32. Применение текстовых полей, полей-списков, полей-флажков в электронной форме.
 33. Защита и сохранение формы.
 34. Основы профессиональной работы с текстом
 35. Стили. Создание и переопределение стилей.
 36. Работа со структурой документа.
 37. Компиляция оглавления.
 38. Создание и оформления слайда презентации.
 39. Настройка анимации.
 40. Сортировщик слайдов. Настройка появления слайда.
-

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет и экзамен проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Организационное поведение»



1. *Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания*

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1.: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования;
Уметь: выявлять факторы формирования команд;
Владеть: навыками социального взаимодействия.
Показатель оценивания: знание основ и принципов образования команд, способность осуществлять эффективное взаимодействие в команде.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.2.: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Знать: этические принципы социального взаимодействия;
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других;
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.
Показатель оценивания: знание основ и принципов социального взаимодействия для управления своей познавательной активностью с целью продвижения по профессиональной траектории.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.3.: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия;
Уметь: применять методы оценки своих действий;
Владеть: навыками планирования и управления временем.
Показатель оценивания: знание основ и принципов социального взаимодействия, способность целеполагания в профессиональном и образовательном росте..

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.1.: Понимает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Знать: основы регуляции поведения индивида, основные способы самоорганизации, механизмы применения принципов социальной ответственности при осуществлении планомерной деятельности ;

Уметь: пользоваться специальной литературой с целью практического применения содержащихся в ней знаний для разрешения вопросов профессиональной деятельности, применять знания в области организационного поведения для анализа собственного поведения в конкретных организационных ситуациях;

Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности, планирования собственного времени и карьеры..

Показатель оценивания: знание основ практического применения теоретических знаний, способность целеполагания в профессиональном и образовательном росте.

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

ОПК-7.2.: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Знать: закономерности человеческой психики и особенности восприятия информации, в том числе, рекламного характера, основные способы коммуникации и межгруппового взаимодействия;

Уметь: анализировать теоретический материал по проблемам командообразования, преобразовывать информацию для использования ее в дальнейшей профессиональной деятельности, иметь собственную позицию по вопросам организационных коммуникаций и внутригруппового взаимодействия с учетом норм этики и морали;

Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам рекламы и связей с общественностью и учета этических норм в профессиональной деятельности..

Показатель оценивания: знание основных закономерностей человеческой психики и принципов социального взаимодействия для управления своей познавательной активностью с целью продвижения по профессиональной траектории.

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

ОПК-7.3.: Демонстрирует навыки прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Знать: основные подходы к анализу трудового результата, исследования в области регуляции поведения индивида в организационной среде, основные способы самоорганизации и прогнозирования деятельности в профессиональной области;

Уметь: анализировать эмпирический материал, теоретические обзоры, преобразовывать информацию для использования в профессиональной деятельности, формулировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам организации коммуникационного взаимодействия с учетом соблюдения принципов социальной ответственности.

Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации для составления прогнозов по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности .

Показатель оценивания: знание основ регуляции поведения человека в организации , современных технологий работы с людьми и применение их в профессиональной среде.

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценивания:

Оценка «отлично». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо». Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно». Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-3.1.: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования;
Уметь: выявлять факторы формирования команд;
Владеть: навыками социального взаимодействия.
Показатель оценивания: знание основ и принципов образования команд, способность осуществлять эффективное взаимодействие в команде.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- Закономерность, по которой менеджер наверняка не может знать заранее, как будет воспринято его решение, носит название:**
 - Закон неадекватного отражения человека человеком;
 - Закон неопределенности отклика;
 - Закон искажения смысла управленческой информации;
 - Закон достаточного основания.
- К приоритетам традиционной парадигмы управления относятся:**
 - Кооперация;

- Б. Сохранение производства;
- В. Расширение производства;
- Г. Доминирование.

3. Для инновационной парадигмы управления характерно использование менеджера:

- А. Принципа неисчерпаемости;
- Б. Принципа универсальной талантливости;
- В. Принципа равновесия;
- Г. Принципа неограниченного роста.

4. Найдите соответствие:

1. Механистическая организация		А	изменчивый рынок, изменчивые технологии
2. Организация с рыночной доминантой		Б	стабильный рынок, стабильные технологии
3. Органическая организация		В	стабильный рынок, изменчивые технологии
4. Организация с технологической доминантой		Г	изменчивый рынок, стабильные технологии

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении иерархии восходящей конкретности необходимо расположить последовательно компоненты:

- А. миссия организации;
- Б. цели организации;
- В. видение организации;
- Г. философия организации.

6. Дополните фразу. Эффект восприятия, при котором человек проявляет свои способности наилучшим образом при посторонних, называется эффектом _____

7. Дополните фразу. Снизить негативное влияние закономерности неадекватного отражения другого помогает принцип, связанный со способностями человека,- это _____

8. Назовите лишний элемент в перечислении

Для воспринимающего субъекта характерны: опыт, интерес, движение, личностные особенности, эмоции.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Закономерность, при которой менеджер наверняка не может знать, какими способностями, личностными особенностями и чертами характера обладает сотрудник организации, носит название:

- А. Закон искажения смысла управленческой информации;
- Б. Закон неопределенности отклика;
- В. Закон неадекватного отражения человека человеком
- Г. Закон достаточного основания.

2. К приоритетам традиционной парадигмы управления относятся:

- А. Кооперация;
- Б. Сохранение производства;
- В. Расширение производства;
- Г. Интеграция.

3. Для традиционной парадигмы управления характерно использование менеджера:

- А. Принципа неисчерпаемости;
- Б. Принципа неограниченного роста;
- В. Принципа универсальной талантливости;
- Г. Принципа равновесия.

4. Найдите соответствие:

1. Рефрейминг		А	процесс, касающийся изменения в структуре организации
2. Оживление		Б	рассматривает вопросы приобретения новых знаний и навыков сотрудниками
3. Обновление		В	процесс, который вносит изменения в сознание организации
4. Реструктуризация		Г	процесс, рассматривающий вопросы взаимодействия организации и внешней среды

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении иерархии восходящей конкретности необходимо расположить последовательно компоненты:

- А. философия организации;
- Б. миссия организации;
- В. предпосылки ценностные и фактические;
- Г. видение организации.

6. Дополните фразу. Эффект восприятия, при котором привлекательный человек кажется нам приятным во всех отношениях, называется эффектом _____

7. Дополните фразу. Снизить негативное влияние закономерности неадекватного отражения другого помогает принцип, связанный с оценкой качеств личности, - это _____

8. Назовите лишний элемент в перечислении:

Для воспринимаемого объекта характерны новизна, движение, размер, эмоции.

УК-3.2.: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста

Знать: этические принципы социального взаимодействия;

Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других;

Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.

Показатель оценивания: знание основ и принципов социального взаимодействия для управления своей познавательной активностью с целью продвижения по профессиональной траектории.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В типологию «Большая пятерка» входят характеристики:

- А. Открытость;
- Б. Лояльность;
- В. Активность;
- Г. Конформность.

2. К экстравертированному типу относят людей с темпераментом:

- А. меланхолик;
- Б. холерик;
- В. сангвиник;
- Г. флегматик.

3. В группу внутренних реакций на ситуацию восприятия входят:

- А. адекватность;
- Б. принятие;
- В. эмоциональность;
- Г. предвзятость.

4. Найдите соответствие:

1. Энтузиаст		А	высокая степень приверженности организации, низкая степень вовлеченности в работу
2. Тип, ориентированный на карьеру		Б	низкая степень приверженности организации, низкая степень вовлеченности в работу
3. Недовольный тип		В	высокая степень приверженности организации, высокая степень вовлеченности в работу
4. Тип, ориентированный на компанию		Г	низкая степень приверженности организации, высокая степень вовлеченности в работу

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении эволюционного развития группы выделяют последовательно этапы:

- А. нормирование;
- Б. стагнация;
- В. формирование;
- Г. развитие.

6. Дополните фразу. Сотрудник, воспринимающий работу в организации как часть жизни, переживающий успехи и неудачи компании как собственные, носит название _____

7. Дополните фразу. Эффект восприятия, при котором обращается внимание на

внешний облик другого человека, называется _____

8. Назовите лишний элемент в перечислении:

Эффект стереотипизации при восприятии складывается в отношении профессиональных групп, этнических сообществ, представителей различных партий.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В типологию «Большая пятерка» входят характеристики:

- А. Закрытость;
- Б. Сознательность;
- В. Активность;
- Г. Конформность.

2. К интровертированному типу относят людей с темпераментом:

- А. меланхолик;
- Б. холерик;
- В. сангвиник;
- Г. флегматик.

3. В группу внешних реакций на ситуацию восприятия входят:

- А. адекватность;
- Б. принятие;
- В. эмоциональность;
- Г. поведение.

4. Найдите соответствие:

1. Холерик		А	сильный, уравновешенный, подвижный
2. Флегматик		Б	слабый, неуравновешенный, инертный
3. Меланхолик		В	сильный, неуравновешенный, подвижный
4. Сангвиник		Г	сильный, уравновешенный, инертный

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении эволюционного развития организации выделяют последовательно этапы:

- А. рефрейминг;
- Б. обновление;
- В. оживление;
- Г. реструктуризация.

6. Дополните фразу. Сотрудник, воспринимающий работу в организации как часть личностного карьерного плана, носит название _____

7. Дополните фразу. Эффект восприятия, при котором внимание концентрируется на первой информации о другом человеке, называется _____

8. Назовите лишний элемент в перечислении:

Эффект стереотипизации при восприятии не складывается в отношении профессиональных групп, образовательных сообществ, представителей различных

партий.

УК-3.3.: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия;
Уметь: применять методы оценки своих действий;
Владеть: навыками планирования и управления временем.
Показатель оценивания: знание основ и принципов социального взаимодействия, способность целеполагания в профессиональном и образовательном росте.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Для этой модели организационного поведения базисом является власть:

- А. авторитарная;
- Б. поддерживающая;
- В. опеки;
- Г. коллегиальная.

2. Автором административного менеджмента является:

- А. Мэйо;
- Б. Фоллет;
- В. Файоль;
- Г. Тейлор.

3. Лозунг «цель оправдывает средства» характерен для руководителей типа:

- А. Догматик;
- Б. Либерал;
- В. Демократ;
- Г. Макиавеллист.

4. Найдите соответствие:

1. Материальное общение		А	вид общения, при котором между собеседниками происходит обмен эмоциональными состояниями.
2. Когнитивное общение		Б	вид общения, при котором происходит обмен предметами или продуктами деятельности.
3. Кондиционное общение		В	вид общения, при котором происходит обмен желаниями, интересами, целями, побуждениями
4. Мотивационное общение		Г	вид общения, при котором собеседники обмениваются знаниями.

5. Дополните фразу. Автором теории когнитивного диссонанса является _____

6. Дополните фразу. Хайдер предложил выделять в атрибуции диспозиционную и _____

7. Назовите лишний элемент в перечислении:

К функциям общения относят: коммуникативную, социально-перцептивную, адаптационную, интерактивную.

8. Ситуационная задача: определите тип темперамента работника.

Татьяна Алексеевна — менеджер, 40 лет. Это безгранично увлекающаяся натура. Часто берет работу не по силам, до крайности подвижна. Она в любую минуту готова сорваться с места и «лететь» в любом направлении. Ее руки не находят покоя; она быстро и часто поворачивает голову в разные стороны.

Татьяна Алексеевна вспыльчива. Задание понимает сразу, но в работе делает много ошибок из-за торопливости и невнимательности. Она резко переходит от смеха к гневу, и наоборот. Татьяна Алексеевна очень инициативна. Всех «засыпает» вопросами. Злопамятна. С огромным энтузиазмом берется за все новое, но не может довести дело до конца, так как оно теряет для нее интерес. Очень любит, когда ее хвалят и ставят в пример, на критику сердится и может сорваться, а на тех, кто критикует, затаивает злобу.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Работник ориентирован на льготы и безопасность в следующей модели организационного поведения

- А. опеки;
- Б. авторитарной;
- В. коллегиальной;
- Г. поддерживающей.

2. Создание бюрократической модели менеджмента принадлежит:

- А. Файоллю;
- Б. Тейлору;
- В. Веберу;
- Г. Мэйо.

3. Среди неагрессивных реакций на фрустрацию выделяют уход на детские способы реагирования, который называется:

- А. Сублимацией ;
- Б. Отрицанием ;
- В. Конвергенцией ;
- Г. Регрессией.

4. Найдите соответствие:

1. Атрибуция		А	склонность человека к сочувствию, сопереживанию в процессе межличностного общения
2. Самоэффективность		Б	интерпретацию субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей
3. Эмпатия		В	переживание душевного дискомфорта, связанное с восприятием информации, чуждой внутреннему опыту
4. Когнитивный диссонанс		Г	способность человека справляться с трудностями по мере их поступления

5. Дополните фразу. Прямое, непосредственное общение относят к виду общения по _____

6. Дополните фразу. Коммуникационный барьер, возникающий вследствие недопонимания смысла фраз говорящего, использования им многозначных слов, называется _____

7. Назовите лишний элемент в перечислении:

К типам личности работника по отношению к жизни организации причисляют следующие: организационалист, индифферент, энтузиаст, профессионал.

8. Ситуационная задача: определите тип темперамента работника.

Лев Викторович — бухгалтер, 38 лет. Спокоен, малоразговорчив. Окружающие говорят, что он туповат, но работает Лев Викторович хорошо: никогда не делает ошибок в расчетах. Обычно не ссорится. Единственная ссора была связана с тем, что однажды, когда он был в отпуске, его стол был вынесен из кабинета и заменен новым. После возвращения из отпуска он в резкой форме потребовал возратить стол. Требование было удовлетворено, и Лев Викторович успокоился. Сослуживцы считают, что он очень увлечен работой, так как забывает об обеде и не ходит в столовую.

Очень привязан к своей семье. Хороший отец.

Главный бухгалтер уважает его за аккуратность и добросовестность в работе, но говорит, что Лев Викторович необыкновенно упрям и заставить его выполнить работу, которую он не хочет делать, невозможно.

ОПК-7.1.: Понимает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Знать: основы регуляции поведения индивида, основные способы самоорганизации, механизмы применения принципов социальной ответственности при осуществлении планомерной деятельности ;
Уметь: пользоваться специальной литературой с целью практического применения содержащихся в ней знаний для разрешения вопросов профессиональной деятельности, применять знания в области организационного поведения для анализа собственного поведения в конкретных организационных ситуациях;
Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности, планирования собственного времени и карьеры..
Показатель оценивания: знание основ практического применения теоретических знаний, способность целеполагания в профессиональном и образовательном росте.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Общие цели, соответствие статуса ожиданиям личности, существование внешней угрозы отражают степень:

- А. Гомогенности группы;
- Б. Сплоченности группы;
- В. Привлекательности группы;

Г. Открытости группы.

2. Ко внешним условиям, влияющим на эффективность групповой работы, относятся:

- А. Способности членов группы;
- Б. Успешность группы;
- В. Организационная структура;
- Г. Стратегия развития.

3. В процессе труда работники проявляют энтузиазм при следующей модели организационного поведения:

- А. Опеки;
- Б. Поддерживающая;
- В. Коллегиальная;
- Г. Авторитарная.

4. Найдите соответствие:

1. Хайдер, Келли	А	типология «Большая пятерка»
2. Фестингер	Б	каузальная атрибуция
3. Юнг	В	тройственная структура личности
4. Фрейд	Г	когнитивный диссонанс

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении иерархии восходящей конкретности необходимо расположить последовательно компоненты:

- А. миссия организации;
- Б. цели организации;
- В. видение организации;
- Г. философия организации.

6. Дополните фразу. Интеграция, кооперация, сотрудничество, сохранение производства – это приоритеты _____ парадигмы управления.

7. Дополните фразу. Высокая устойчивость в условиях неопределенности характерна для организаций _____ типа.

8. Назовите лишний элемент в перечислении

В процессе обновления организации происходят следующие подпроцессы: новая система оплаты труда, индивидуальное развитие, мобилизация организации.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Процесс усвоения человеком принципов и норм поведения, адаптации к окружающей социальной среде называется:

- А. Коррекция;
- Б. Стандартизация;
- В. Социализация;
- Г. Персонализация.

2. Люди собираются в группы для реализации потребностей согласно теории:

- А. Равновесия;
- Б. Обмена;
- В. Прибыльности;
- Г. Эффективности.

3. Правила индивидуального и группового поведения, принятые в группе, называются:

- А. Групповыми ролями;
- Б. Статусом группы;
- В. Групповым фоном;
- Г. Групповой нормой.

4. Найдите соответствие:

1. Хейманс–Ле-Сенн		А	теория социального научения
2. Хорни		Б	ввел понятие «локус контроля»
3. Роттер		В	ввел понятие «первичность – вторичность»
4. Скиннер, Бандура		Г	движение человека по траекториям «к другим», «от других»

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении иерархии восходящей конкретности необходимо расположить последовательно компоненты:

- А. философия организации;
- Б. миссия организации;
- В. предпосылки ценностные и фактические;
- Г. видение организации.

6. Дополните фразу. Непроизвольная податливость индивида мнению группы называется _____

7. Дополните фразу. Деловое общение относят к виду общения по _____

8. Назовите лишний элемент в перечислении: Для рефрейминга характерны следующие подпроцессы: определение целей, определение перспектив, развитие организации.

ОПК-7.2.: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Знать: закономерности человеческой психики и особенности восприятия информации, в том числе, рекламного характера, основные способы коммуникации и межгруппового взаимодействия;;
Уметь: анализировать теоретический материал по проблемам командообразования, преобразовывать информацию для использования ее в дальнейшей профессиональной деятельности, иметь собственную позицию по вопросам организационных коммуникаций и внутригруппового взаимодействия с учетом норм этики и морали;

Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам рекламы и связей с общественностью и учета этических норм в профессиональной деятельности..

Показатель оценивания: знание основных закономерностей человеческой психики и принципов социального взаимодействия для управления своей познавательной активностью с целью продвижения по профессиональной траектории.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Произвольная податливость индивида мнению группы называется:

- А. Конформность;
- Б. Лояльность;
- В. Внушаемость;
- Г. Нон-конформизм.

2. При форм-мажорных обстоятельствах используется следующая модель коммуникации:

- А. Прагматическая;
- Б. Механическая;
- В. Психологическая;
- Г. Драматическая.

3. Адекватному отражению человека человеком помогают принципы:

- А. Неограниченного роста;
- Б. Универсальной талантливости;
- В. Толерантности;
- Г. Неисчерпаемости.

4. Найдите соответствие:

1. Кондиционное общение		А	обмен умениями и навыками с аудиторией
2. Когнитивное общение		Б	обмен материальными предметами при минимуме вербального взаимодействия
3. Материальное общение		В	обмен эмоциями и настроением с собеседником
4. Деятельностное общение		Г	обмен знаниями, убеждениями, соображениями со слушателями

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении эволюционного развития группы выделяют последовательно этапы:

- А. нормирование;
- Б. стагнация;
- В. формирование;
- Г. развитие.

6. Дополните фразу. Общение включает основные компоненты: цель _____ и _____

7. Дополните фразу. Недостатки в слуховом и речевом аппарате участников коммуникации относятся к _____ барьеру

8. Назовите лишний элемент в перечислении:

Моторика тела, вокализация голоса, обмен взглядами, передача письма – это невербальные средства коммуникации.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Дж.Роттер утверждает, что интерналы:

- А. Им нравится работа, не требующая напряжения;
- Б. Склонны к рискованным поступкам;
- В. Удовлетворены статусом в организации;
- Г. Активно участвуют в принятии решений.

2. Организациям в условиях кризиса рекомендовано придерживаться следующей модели организационного поведения:

- А. коллегиальной;
- Б. опеки;
- В. авторитарной;
- Г. поддерживающей.

3. Идея воздействия окружающей среды на формирование личности и восстановление утраченных связей человека с природой через катарсис принадлежит:

- А. Фрейду;
- Б. Хорни;
- В. Юнгу;
- Г. Фромму.

4. Найдите соответствие:

1. Физический барьер коммуникации		А	возникает в аудитории, где представлены группы людей с разными уровнями образования
2. Семантический барьер общения		Б	внешние урбанистические шумы
3. Культурный барьер общения		В	возникает при общении разнополых аудиторий
4. Гендерный барьер коммуникации		Г	употребление многозначных слов, профессионализмов, интернационализмов

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении эволюционного развития организации выделяют последовательно этапы:

- А. рефрейминг;
- Б. обновление;
- В. оживление;
- Г. реструктуризация.

6. Дополните фразу. Интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей называется _____
7. Дополните фразу. Эффект восприятия, при котором внимание концентрируется на внешнем облике другого человека, называется _____
8. Назовите лишний элемент в перечислении:
Пониманию особенностей личности другого человека помогают принципы: универсальной талантливости, неисчерпаемости, продуктивного роста.

ОПК-7.3.: Демонстрирует навыки прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: основные подходы к анализу трудового результата, исследования в области регуляции поведения индивида в организационной среде, основные способы самоорганизации и прогнозирования деятельности в профессиональной области;
Уметь: анализировать эмпирический материал, теоретические обзоры, преобразовывать информацию для использования в профессиональной деятельности, формулировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам организации коммуникационного взаимодействия с учетом соблюдения принципов социальной ответственности.
Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации для составления прогнозов по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности .
Показатель оценивания: знание основ регуляции поведения человека в организации , современных технологий работы с людьми и применение их в профессиональной среде.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. К общению по средствам не относится:
 - А. Биологическое;
 - Б. Косвенное;
 - В. Опосредованное;
 - Г. Невербальное.
2. В ситуации восприятия к характеристикам воспринимаемого объекта относятся:
 - А. Опыт;
 - Б. Размер;
 - В. Движение;
 - Г. Интерес.
3. Автором теории когнитивного диссонанса является:
 - А. Хейманс Ле-Сенн;
 - Б. Дж.Роттер;
 - В. Файоль;
 - Г. Фестингер.

4. Найдите соответствие:

1. Эффект красоты		А	лучше всего запечатлевается неожиданная и последняя информация
2. Эффект присутствия		Б	внешне привлекательные люди кажутся нам приятными во всех отношениях
3. Эффект новизны		В	при восприятии акцентируется внимание на внешнем облике собеседника
4. Эффект физиогномической редукции		Г	человек, владея навыками определенной деятельности, в присутствии посторонних проявляет высокую степень мастерства

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении эволюционного развития группы выделяют последовательно этапы:

- А. нормирование;
- Б. стагнация;
- В. формирование;
- Г. развитие.

6. Дополните фразу. Сотрудник, проявляющий высокую степень приверженности организации и высокую степень увлеченности работой, - это _____

7. Дополните фразу. Способность человека уметь бороться с трудностями по мере их поступления, названа в организационном поведении _____

8. Назовите лишний элемент в перечислении:

К причинам возникновения когнитивного диссонанса относятся: изменение убеждений, логическая непоследовательность, несоответствие прошлому опыту.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. К общению по целям не относятся:

- А. Биологическое;
- Б. Мотивационное;
- В. Вербальное;
- Г. Социальное.

2. В ситуации восприятия к характеристикам воспринимающего субъекта относятся:

- А. Эмоции;
- Б. Новизну;
- В. Контрастность;
- Г. Интерес.

3. Автором учения о локусе контроля считается:

- А. Мэйо;
- Б. Скиннер;
- В. Тейлор;

Г. Роттер.

4. Найдите соответствие:

1. Эффект первичности		А	ключевой позицией считается «они - плохие, мы - хорошие»
2. Эффект ореола		Б	ключевой позицией считается «вы - плохие, они - хорошие»
3. Эффект отрицательной асимметрии начальной самооценки		В	воспринимается первая информация о человеке
4. Эффект группового фаворитизма		Г	на основе ранее известных положительных качеств личности ей приписываются другие позитивные черты

5. Укажите правильную последовательность:

При рассмотрении эволюционного развития организации выделяют последовательно этапы:

- А. рефрейминг;
- Б. обновление;
- В. оживление;
- Г. реструктуризация.

6. Дополните фразу. Среди неагрессивных реакций на фрустрацию выделяют уход на детские способы реагирования, который носит название _____

7. Дополните фразу. Сотрудник, проявляющий высокую степень приверженности организации и низкую степень увлеченности работой, - это _____

8. Назовите лишний элемент в перечислении:

К способам снижения влияния когнитивного диссонанса относятся: изменение убеждений, логическая непоследовательность, обновление прошлого опыта.

Вопросы к экзамену

1. Развитие концепций управления и организационного поведения.
2. Производственная психология и школа человеческих отношений.
3. Школа поведенческих наук.
4. Современные проблемы менеджмента.
5. Понятие организационного поведения. Его сущность и содержание.
6. Характеристика организации как системы.
7. Общие типы организаций и их характеристика.
8. Современный подход к управлению организацией.
9. Жизненный цикл организации.
10. Ценностные различия механистического и органического типов организации.
11. Поведенческие ресурсы управления.
12. Управление поведением клиента. Типы поведения по отношению к клиенту.
13. Модели организационного поведения.
14. Основы представления о личности.
15. Модель формирования отношений.
16. Базисная модель человеческого поведения.
17. Теория атрибуции. Фундаментальная ошибка атрибуции.
18. Модель восприятия, характеристика блоков, ее составляющих.
19. Модель опосредованного научения.
20. Психологическая типология: типы людей в бизнесе.
21. Основные принципы типологии.
22. Характерные черты, присущие экстравертам и интровертам, влияющие на эффективность их работы.
23. Подходы к сбору информации: сенсорный и интуитивный типы людей.
24. Процесс принятия решений: мыслительный и чувствующий, решающий и воспринимающий типы людей.
25. Факторы, определяющие успех карьеры.
26. Характеристика этапов карьеры.
27. Организационная социализация: характеристика основных этапов.
28. Профессиональная социализация.
29. Источники стресса.
30. Модель стресса.
31. Понятие «группа». Классификация групп. Группа и команда.
32. Основные этапы развития группы.
33. Влияние и подчинение в группе.
34. Сплоченность группы: сущность и содержание. Факторы, содействующие сплоченности. Последствия сплоченности.
35. Виды солидарного поведения.
36. Основы социального влияния.
37. Подражание, подчинение и приспособление. Рефлекторная реакция на власть.
38. Роль большинства и меньшинства в достижении социального консенсуса.
39. Власть в организации. Характеристика каналов власти.
40. Природа лидерства. Подходы к изучению лидерства.
41. Теория трансформирующего лидерства.
42. Теория вертикальной парной связи.
43. Ситуационное лидерство: модель П. Херши и К. Бланшарда.
44. Определение стилей лидерства на основе «решетки лидерства».
45. Нормативная модель лидерства Врума — Йеттона — Яго.
46. Заменители лидерства. Их источники.
47. Традиции организации и их значение для формирования организационной культуры.

48. Источники организационной культуры.
49. Области проявления организационной культуры.
50. Типы организационной культуры.
51. Управление организационной культурой.
52. Многоуровневая модель организационной культуры.
53. Особенности формирования организационной культуры компании в условиях глобализации.
54. Учет национального аспекта в организационной культуре. Исследования Г. Хофстеда, О. Стивенса. Модель Г. Лэйна и Дж. Дистефано. Модель организации типа Z У. Оучи.
55. Учет национального фактора в международном бизнесе. Классификация отношений между материнской и дочерними компаниями.
56. Стратегии управления межкультурными различиями.
57. Формирование глобальной корпоративной культуры. Культурная сегрегация.
58. Процесс возникновения и развития конфликта и его природа.
59. Оптимальный уровень конфликта в организации.
60. Условия и причины возникновения конфликтных ситуаций.
61. Модель индивидуальных типов реакции на конфликт.
62. Методы разрешения конфликтов.
63. Общая характеристика мотивационного процесса. Многоаспектность мотивации.
64. Содержательные теории мотивации.
65. Процессные теории мотивации.
66. Использование теорий мотивации для повышения эффективности работы организации.
67. Базовая модель организационных преобразований.
68. Методы изменений индивидуумов и групп.
69. Модель проведения изменений в организации.
70. Программы организационных изменений в компании. Управление сопротивлением в организации.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итог выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционным материалам, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»

*Оценочные материалы по дисциплине
«Безопасность жизнедеятельности»*



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-8.1: Понимает причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; основы безопасности жизнедеятельности, телефоны служб спасения
Знать: причины, признаки и последствия опасностей, телефоны служб спасения
Уметь: защищаться от чрезвычайных ситуаций
Владеть: навыками обеспечения безопасности жизнедеятельности
Показатель оценивания: знание причин, признаков и последствий опасностей, способов защиты от чрезвычайных ситуаций
УК-8.2: Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывает первую помощь в чрезвычайных ситуациях
Знать: признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций
Уметь: оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимать меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения
Владеть: навыками оказания первой помощи в чрезвычайных ситуациях
Показатель оценивания: навыки качественного и количественного анализа опасностей, безопасного поведения и оказания помощи в ЧС
УК – 8.3: Использует методы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; поддерживает безопасные условия жизнедеятельности
Знать: основные принципы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций
Уметь: прогнозировать опасные или чрезвычайные ситуации
Владеть: навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности
Показатель оценивания: навыки прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций, их последствий и разработки алгоритмов безопасного поведения в опасных или чрезвычайных ситуациях

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-

следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-8.1: Понимает причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; основы безопасности жизнедеятельности, телефоны служб спасения
Знать: причины, признаки и последствия опасностей, телефоны служб спасения
Уметь: защищаться от чрезвычайных ситуаций
Владеть: навыками обеспечения безопасности жизнедеятельности
Показатель оценивания: знание причин, признаков и последствий опасностей, способов защиты от чрезвычайных ситуаций

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

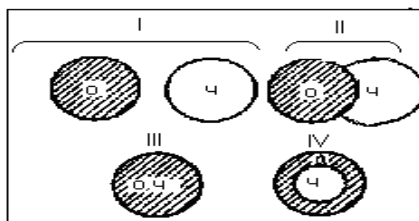
1. К чему может привести воздействие на человека опасного производственного фактора?

- А. к травме;
- Б. к летальному исходу;
- В. к заболеванию, к нарушению здоровья потомства.

2. Назовите номер единого телефона службы спасения:

- А. 111;
- Б. 112;
- В. 113;
- Г. 114;

3. На каком из рисунков схематично представлена условно безопасная ситуация взаимодействия опасности и человека?



4. Найдите соответствие видов и объектов риска:

А. индивидуальный риск;	1 объект риска – экосистемы;
Б. техногенный риск;	2 объект риска – общество (население);
В. экологический риск;	3 объект риска – материальный ресурс;
Г. социальный риск;	4 объект риска – техническая система;
Д. экономический риск.	5 объект риска – человек.

5. Укажите правильную последовательность. Расположите виды транспорта по мере увеличения их опасности.

Вид транспорта	Риск
А. Автомобильный транспорт	$3 \cdot 10^{-4}$
Б. Воздушный транспорт	$9 \cdot 10^{-6}$
В. Железнодорожный транспорт	$4 \cdot 10^{-6}$

6. Дополните фразу: «Опасность – это _____»

7. Дополните фразу: «Выделяют следующие группы принципов обеспечения безопасности _____»

8. Ситуационная задача.

В 2023 году в г. Энске от пожаров погибло 50 тыс. человек. Спрогнозировать величину индивидуального риска погибнуть от пожара в данном городе, если общая численность его населения составляет 1 млн. человек. Сравните полученные значения с социально приемлемым риском.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Идентификация опасности – это...

А. процесс обнаружения и установления количественных, временных, пространственных и иных характеристик, необходимых и достаточных для профилактики и оперативных мероприятий, направленных на обеспечение безопасности жизнедеятельности;

Б. процесс разработки и реализации профилактических и оперативных мероприятий, направленных на обеспечение безопасности жизнедеятельности;

В. процесс обнаружения и установления количественных и временных характеристик, необходимых для оперативных мероприятий, направленных на обеспечение безопасности жизнедеятельности.

2. К источникам индивидуального риска относят:

А. профессиональную деятельность;

Б. вредные привычки;

В. серийный выпуск техники низкого уровня конструкторской работы;

Г. антропогенное вмешательство в природную среду.

3. Ожидаемая частота (вероятность) возникновения опасности определенного класса (или ущерба от ее реализации) – это...

А. риск;

Б. опасность;

В. ЧС;

Г. ущерб.

4. Найдите соответствие:

1. Ориентирующие принципы обеспечения безопасности		А. принципы определяют взаимосвязь и отношения между отдельными стадиями и этапами процесса обеспечения безопасности: плановость; контроль; эффективность; ответственность; аттестация и сертификация; стимулирование и т.д.
2. Организационные принципы обеспечения безопасности		Б. принципы, реализующие положения научной организации труда: защита временем (введение внутрисменных перерывов, сокращение рабочего дня, увеличение продолжительности отпуска, ограничение стажа работы во вредных условиях); резервирование; эргономичность; компенсация; зонирование и др.
3. Технические принципы обеспечения безопасности		В. принципы, направленные на непосредственное предотвращение действия опасных факторов и основанные на использовании физических законов: защита расстоянием; экранирование; использование слабого звена; блокировка; флегматизация; нейтрализация; герметизация и др.
4. Управленческие принципы обеспечения безопасности		Г. принципы, определяющие направление поиска безопасных решений и служащие методологической и информационной базой, например, информативность (получение, обработка и передача информации о состоянии условий и охране труда); классификация или категорирование (деление объектов на классы и категории по признакам, связанным с опасностями); нормирование (установление требований к характеристикам производственной среды, соблюдение которых обеспечивает безопасность работающих).

5. Укажите правильную последовательность:

Реализация целей и задач в системе безопасности жизнедеятельности человека, включает несколько основных **этапов научной деятельности**. Расположите эти этапы в правильной последовательности.

А. идентификация и описание зон воздействия опасностей техносферы и отдельных ее элементов;

Б. формирования системы контроля опасности и управления рисками;

В. разработка и реализация мер по ликвидации последствий проявления опасностей;

Г. разработка и реализация наиболее эффективных систем и методов защиты от опасностей.

6. Дополните фразу: «Безопасность — это _____»

7. Дополните фразу: «Основными группами методов обеспечения безопасности являются _____»

Ситуационная задача.

За 2023 год в стране получили травмы на производстве 400 тысяч человек, из них 10 тысяч – травмы с летальным исходом. Общее количество населения страны 150 млн. человек, трудоспособное население составляет 56%. Определите риск по травматизму с летальным исходом. Сравните полученные значения с социально приемлемым риском.

УК-8.2: Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывает первую помощь в чрезвычайных ситуациях
Знать: признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций
Уметь: оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимать меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения
Владеть: навыками оказания первой помощи в чрезвычайных ситуациях
Показатель оценивания: навыки безопасного поведения и оказания помощи в ЧС

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Укажите определение понятия «чрезвычайная ситуация», приведенное в Федеральном законе «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» от 21.12.1994 N 68-ФЗ:

А. Обстановка на определенной территории, сложившаяся в результате аварии, опасного природного явления, катастрофы, распространения заболевания, представляющего опасность для окружающих, стихийного или иного бедствия, которые могут повлечь или повлекли за собой человеческие жертвы, ущерб здоровью людей или окружающей среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности людей;

Б. Нарушение нормальных условий жизни и деятельности людей на объекте или определенной территории (акватории), вызванное аварией, катастрофой, стихийным или экологическим бедствием, эпидемией, эпизоотией, эпифитотией, применением противником современных средств поражения и приведшее или могущее привести к людским или материальным потерям;

В. Ситуация, при которой на территории или объекте возникает угроза жизни и здоровью людей и ожидается материальный ущерб при условии, что объект или данная территория не могут самостоятельно справиться со сложившейся обстановкой;

Г. Чрезвычайно высокий поток негативных воздействий, который изменяет комфортное или допустимое состояние среды обитания и переводит жизнедеятельность в качественно иное состояние.

2. Какое из видов ионизирующего излучения полностью поглощается листом бумаги, не представляет опасности для человека, за исключением случаев непосредственного контакта с кожей?

- а) α – излучение
- б) β – излучение
- в) γ – излучение
- г) нейтронное излучение

3. Кровотечение, при котором кровь темно-вишневая и вытекает равномерной струей без признаков самостоятельной остановки:

- А. Артериальное;
- Б. Капиллярное;
- В. Венозное;
- Г. Смешанное.

4. Найдите соответствие:

А. Дезинфекция	1. Комплекс мер по уничтожению возбудителей инфекционных заболеваний и разрушение токсинов на объектах внешней среды
Б. Дегазация	2. Комплекс мер по нейтрализации капель отравляющих и аварийно химически опасных веществ на различных поверхностях
В. Дезактивация	3. Комплекс мер по удалению радиоактивной пыли с зараженных поверхностей
Г. Дератизация	4. Комплекс мер по уничтожению грызунов (крыс, мышей и др.).
Д. Дезинсекция	5. Комплекс мер по уничтожению специальными средствами насекомых

5. Укажите правильную последовательность мероприятий по оказанию первой помощи при открытом переломе с сильным кровотечением:

- А. Остановить кровотечение;
- Б. выполнить иммобилизацию;
- В. наложить повязку на рану.

6. Дополните фразу: «К основным мероприятиям РСЧС по защите населения в ЧС относят _____»

7. Дополните фразу: «Основными сигналами ГО являются _____»

8. Ситуационная задача.

Задача. Брат и сестра играли в салочки в своем доме. Брат нечаянно уронил вазу. Ваза разбилась. Испугавшись, сестра стала быстро подбирать стекла и сильно порезала руку. В результате возникло сильное кровотечение в области предплечья. Кровь ярко-красного цвета, фонтанирует. Никаких инструментов и перевязочных материалов нет, кроме собственной одежды. Что должен сделать брат, чтобы правильно помочь сестре.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

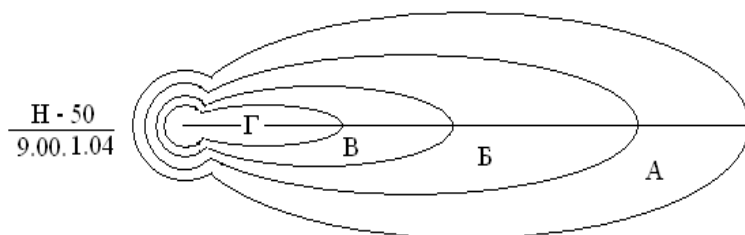
1. Какой из способов НЕЛЬЗЯ применять для освобождения пострадавшего от действия электрического тока?

- А. Оттянуть пострадавшего от токоведущих частей за руку;
- Б. Откинуть провода от пострадавшего деревянной палкой;
- В. Перерубить провода топором с деревянной рукояткой;
- Г. Отключить часть электроустановки, которой касается пострадавший, с помощью выключателя, рубильника или другого отключающего аппарата.

2. Обширная аллергическая реакция немедленного типа, возникающая при попадании в организм аллергена (укусы насекомых, лекарственные или пищевые аллергены), – это...

- А. Анафилактический шок;
- Б. Инсульт;
- В. Стенокардия;
- Г. Гипогликемия.

3. На рисунке буквой Г обозначена:



- А. зона умеренного радиационного заражения;
- Б. зона опасного радиационного заражения;
- В. зона сильного радиационного заражения;
- Г. зона чрезвычайно опасного радиационного заражения.

4. Установите соответствие между терминами и их определениями:

А. Затоп	1. кратковременное и непериодическое поднятие уровня вод в реке в результате быстрого таяния снега, дождей;
Б. Зажор	2. сезонное длительное и значительное увеличение водности рек, сопровождающееся повышением уровня воды в русле и затоплением пойм;
В. Паводок	3. составная часть процесса замерзания реки;
Г. Половодье	4. ледяная плотина на реке (период ледохода).

5. Расположите виды ионизирующего излучения в порядке увеличения их проникающей способности:

- А. γ – излучение;
- Б. α – излучение;
- В. β – излучение.

6. Дополните фразу: «Основными способами применения биологического оружия являются _____»

7. Дополните фразу: «Основными признаками применения химического оружия являются _____»

8. Ситуационная задача.

Определить силу тока, протекающего через тело человека при его прикосновении к корпусу оборудования, которое оказалось под напряжением, если человек имеет проводящую ток обувь (сырая обувь), стоит на токопроводящем земляном полу при $U_{\phi} = 220$ В. Сопротивление тела человека принять 1 кОм. Сети с глухозаземленной нейтралью. Величиной сопротивления заземления нейтрали можно пренебречь. Ответ выразите в мА. Перечислите основные мероприятия по оказанию первой помощи человеку при поражении электрическим током.

УК – 8.3: Использует методы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; поддерживает безопасные условия жизнедеятельности
Знать: основные принципы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций
Уметь: прогнозировать опасные или чрезвычайные ситуации
Владеть: навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности
Показатель оценивания: навыки прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций, их последствий и разработки алгоритмов безопасного поведения в опасных или чрезвычайных ситуациях

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. К ЧС техногенного характера относят:

- А. Аварии с выбросом химически опасных веществ;
- Б. Гидрологические опасные явления (наводнения);
- В. ЧС, связанные с изменениями состояния суши, почвы, недр, ландшафта;
- Г. Террористические акты.

2. Поражающим фактором ядерного взрыва НЕ является:

- А. Световое излучение;
- Б. Химическое заражение местности;
- В. Электромагнитный импульс;
- Г. Воздушная ударная волна.

3. Выходить из зоны заражения в случае применения отравляющих веществ или аварии с выбросом АХОВ следует:

- А. навстречу потоку ветра;
- Б. по направлению ветра;
- В. перпендикулярно направлению ветра.

4. Установите соответствие классов АХОВ:

- А. АХОВ удушающего действия;
 - Б. АХОВ удушающего и общедовитого действия;
 - В. АХОВ общедовитого действия;
 - Г. АХОВ удушающего и нейротропного действия.
1. Хлор;
 2. Водород фтористый;
 3. Синильная кислота;
 4. Аммиак.

5. Установите последовательность мероприятий, обеспечивающих защиту населения при радиационной аварии:

- а) санитарная обработка населения, персонала аварийного объекта, участников ликвидации последствий аварии;
- б) выявление радиационной обстановки в районе аварии;
- в) установление и поддержание режима радиационной безопасности;

- г) укрытие населения;
- д) проведение на ранней стадии аварии йодной профилактики населения, персонала аварийного объекта, участников ликвидации последствия аварии;
- е) обнаружение факта радиационной аварии и оповещение о ней;
- ж) дезактивация аварийного объекта.

6. Дополните фразу: «Устойчивость функционирования объекта экономики – это _____»

7. Дополните фразу: «К режимам функционирования РСЧС относятся _____»

8. Ситуационная задача: Люди находились на зараженной радиоактивными веществами территории в течение 6 ч. Во время их пребывания на зараженной территории через каждые 30 мин измеряли уровни радиации. Результаты замеров: 1-й замер – 75 Р/ч; 2-й замер – 56 Р/ч; 3-й замер – 48 Р/ч, 4-й замер – 34 Р/ч. Коэффициент радиационной защиты людей – 8. Ранее люди облучению не подвергались. Определите дозу облучения, которую могут получить люди за время пребывания на зараженной территории.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Трансмиссивный способ применения бактериологического оружия предполагает использование:

- а) заражение приземного слоя воздуха частицами аэрозоля путем распыления (самолеты);
- б) рассеивания искусственно зараженных кровососущих переносчиков болезней (клещи);
- в) заражение воды в замкнутых пространствах при помощи диверсионного снаряжения.

2. Хлор – это газ:

- а) желто-зеленого цвета, тяжелее воздуха;
- б) желто-зеленого цвета, легче воздуха;
- в) прозрачный, легче воздуха;
- г) красно - бурого цвета, тяжелее воздуха.

3. К радиационно опасным объектам относятся:

- а) производства, связанные с применением, хранением и переработкой легковоспламеняющихся и горючих жидкостей;
- б) предприятия по производству ядерного топлива;
- в) АЭС;
- г) предприятия угольной промышленности;
- д) склады с ядерными боеприпасами;
- е) хранилища твердых и жидких радиоактивных отходов.

4 Установите соответствие типа боеприпаса и принципа его действия:

Тип боеприпаса:

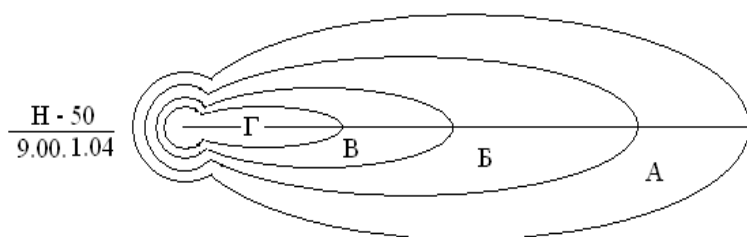
- А. кумулятивный боеприпас
- Б. боеприпас объемного взрыва

В. фугасный боеприпас
Г. осколочный боеприпас

Принцип действия боеприпаса основан:

- 1) на прожигании преграды мощной струей газов большой плотности с высокой температурой
- 2) на распылении газозвдушных смесей с последующим подрывом образовавшегося облака
- 3) на взрыве обычного взрывчатого вещества с образованием разрушительной ударной волны
- 4) на использовании боеприпасов с большим количеством убийственных элементов (шариков, иголок, стрелок)

5. Укажите последовательность зон радиоактивного заражения, наносимых на карту в ходе оценки радиационной обстановки, начиная с самой опасной зоны заражения: _____



6. Дополните фразу: «Инженерная защита населения в ЧС – это _____»

7. Дополните фразу: «Основными задачами Гражданской обороны являются _____»

8. Ситуационная задача: Рассчитайте вероятное число людей, попадающих в зону заражения АХОВ, если число жителей района составляет 60000 человек, площадь района – 20 км², а площадь зоны фактического заражения, определенная по карте – 5 км².

Вопросы к зачету

1. БЖД как наука, ее цель и задачи. Основные принципы и методы обеспечения безопасности.
2. Аксиомы безопасности жизнедеятельности.
3. Понятие «опасность», классификация опасностей.
4. Идентификация, качественный и количественный анализ опасностей.
5. Риск, виды, источники и факторы риска, основные положения Концепции приемлемого риска.
6. Эргономические основы безопасности. Антропометрическая, сенсомоторная, энергетическая, биомеханическая и психофизиологическая совместимость человека и машины.
7. Формы трудовой деятельности. Показатели тяжести и напряженности трудового процесса. Классификация условий труда.
8. Опасные и вредные производственные факторы, их классификация.
9. Общее понятие об охране труда. Деятельность (функции) службы охраны труда в организации.
10. Пожарная безопасность: условия возникновения горения, причины пожаров, ОФП, методы тушения пожаров, их профилактика. Первичные средства пожаротушения.
11. Обеспечение электробезопасности: причины и последствия поражения человека электрическим током. Факторы, влияющие на тяжесть поражения электрическим током. Классификация помещений по опасности поражения током. Организация безопасной эксплуатации электроустановок.
12. Инструктаж работников по охране труда, порядок его проведения и оформления. Порядок разработки, утверждения и пересмотра инструкции по охране труда.
13. Общее понятие о ЧС, их классификация.
14. Мероприятия РСЧС по защите населения и территорий в ЧС.
15. РСЧС: структура, функции, задачи, силы и средства. Режимы функционирования РСЧС.
16. Гражданская оборона, ее задачи. Способы оповещения населения в ЧС. Сигналы ГО. Действия населения по сигналам ГО.
17. Защита населения путем эвакуации. Порядок проведения эвакуации персонала и населения в ЧС.
18. Организация инженерной защиты населения в ЧС
19. Средства индивидуальной защиты населения.
20. Аварии на радиационно опасных объектах, поражающие факторы, последствия радиоактивного облучения. Защита населения.
21. Аварии на ХОО. Классификация и общая характеристика наиболее распространенных АХОВ. Защита населения.
22. Ядерное оружие. Поражающие факторы ядерного взрыва. Защита населения.
23. Химическое оружие. Классификация и характеристика отравляющих веществ. Защита населения.
24. Бактериологическое оружие. Характеристика болезнетворных микроорганизмов и токсинов. Способы применения бактериологического оружия. Защита населения.
25. Обычные средства нападения: осколочные, фугасные, кумулятивные, бетонобойные зажигательные боеприпасы, боеприпасы объемного взрыва. Защита населения от их поражающих факторов.

26. Геофизические и геологические ЧС: землетрясения, сели, оползни, обвалы, снежные лавины. Естественные и антропогенные причины их возникновения. Поражающие факторы. Современные методы профилактики и защиты населения.

27. Метеорологические ЧС: механизм формирования, поражающие факторы. Современные методы профилактики и защиты населения.

28. Гидрологические ЧС: виды, естественные и антропогенные причины их возникновения, поражающие факторы. Современные методы профилактики и защиты населения.

29. Биологические ЧС: эпидемии, эпизоотии и эпифитотии. Противоэпидемические мероприятия. Мероприятия по защите сельскохозяйственных растений и животных.

30. Природные пожары: виды, естественные и антропогенные причины их возникновения, поражающие факторы. Современные методы профилактики природных пожаров. Способы тушения природных пожаров.

31. Общие правила, последовательность и средства оказания первой помощи.

32. Виды кровотечений, их признаки, способы остановки кровотечения.

33. Виды ран и повязок.

34. Признаки открытых и закрытых переломов. Правила оказания помощи при переломе. Способы транспортировки пострадавших.

35. Признаки обморока, клинической и биологической смерти, последовательность оказания помощи при обмороке, остановке сердцебиения и дыхания.

36. Виды и степени ожогов и обморожений. Оказания первой помощи.

37. Оказание первой помощи при утоплении.

38. Оказание первой помощи при отравлении угарным газом.

39. Оказание первой помощи при солнечном и тепловом ударе.

40. Оказание первой помощи при электротравме и электрическом ударе.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Компьютерная графика»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ОПК-1 - Способен применять естественнонаучные и общетехнические знания, методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования в профессиональной деятельности.

ОПК-1.1: Демонстрирует знания основ математики, вычислительной техники и программирования

Знать: основы математики, вычислительной техники и программирования

Уметь: осуществлять математические расчеты, использовать средства программирования при решении задач

Владеть: навыками математических расчетов и программирования

Показатель оценивания: знает основные приемы спецэффектов рекламного текста.

ОПК-1.2: Способен решать стандартные профессиональные задачи с применением естественнонаучных и общетехнических знаний, методов математического анализа и моделирования.

Знать: способы решения профессиональных задач с применением естественнонаучных и общетехнических знаний и методов математического анализа и моделирования

Уметь: решать профессиональные задачи с применением естественнонаучных и общетехнических знаний и методов математического анализа и моделирования

Владеть: навыками для решения профессиональных задач с применением естественнонаучных и общетехнических знаний и методов

Показатель оценивания: применяет методы обработки графической информации средствами редакторов Gimp и Inkscape.

ОПК-1.3: Применяет на практике навыки теоретического и экспериментального исследования объектов профессиональной деятельности.

Знать: способы применения на практике навыков теоретического и экспериментального исследования объектов профессиональной деятельности

Уметь: использовать на практике навыки теоретического и экспериментального исследования объектов профессиональной деятельности

Владеть: навыками теоретического и экспериментального исследования объектов профессиональной деятельности

Показатель оценивания: использует возможности графического редактора Inkscape для решения поставленных задач.

ОПК-3 - Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

ОПК-3.1: демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

Знать: возможности использования информационно-коммуникационные технологии при поиске информации, для решения стандартных задач.

Уметь: применять информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач.

Владеть: навыками применения информационно-коммуникационных технологий и библиографических источников при поиске информации, для решения стандартных задач

Показатель оценивания: – знание основных графических возможностей рекламного текста, понятий компьютерной графики и методах ее обработки.

ОПК-3.2: Решает стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры

Знать: способы решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры.

Уметь: решать стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры.

Владеть: навыками решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры.

Показатель оценивания: знание теоретических основ векторного редактора Inkscape; умение использовать инструменты графического редактора при создании векторных изображений и графического текста в Inkscape.

ОПК-3.3: Способен обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем

Знать: возможности обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем

Уметь: обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем

Владеть: навыками обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем

Показатель оценивания: – умение применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.

Шкала оценивания – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируется умение безошибочного решения задач по теоретическим основам компьютерной графики, уверенное владение технологиями графических редакторов Gimp и Inkscape при выполнении практико-ориентированных заданий.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение использовать инструменты графических редакторов для обработки фотореалистичных изображений, создавать коллажи, применять различные эффекты с помощью растрового редактора Gimp, создавать векторные изображения в редакторе Inkscape. Допускаются неточности и не критические ошибки при изложении теоретического материала и выполнении практико-ориентированных заданий.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания теоретических основ компьютерной графики и неуверенное владение технологиями графических редакторов при выполнении практико-ориентированных заданий.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Допущены грубые ошибки в применении технологий графических редакторов при выполнении практико-ориентированных заданий.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ОПК-1.1: Демонстрирует знания основ математики, вычислительной техники и программирования

Знать: основы математики, вычислительной техники и программирования

Уметь: осуществлять математические расчеты, использовать средства программирования при решении задач

Владеть: навыками математических расчетов и программирования

Показатель оценивания: знает основные понятия компьютерной графики и алгоритмы математических расчетов графических изображений.

Вариант 1

1. Построение изображения в соответствии с выбранной физической моделью называется:

- a. Моделированием
- b. Визуализацией
- c. Модификацией
- d. Проектированием

2. Какие категории объектов могут быть включены в сцену 3DSMax? (выберите несколько правильных ответов)

- a. Геометрия
- b. Материалы
- c. Виртуальные камеры
- d. Слои
- e. Источники света
- f. Фильтры

3. Как называется объект, который не имеет собственной геометрии, но может менять геометрию других объектов?

- a. Модификатор
- b. Сплайн
- c. Полигон
- d. Камера

4. Какая команда главной панели инструментов используется для выделения объектов?

- a. 
- b. 
- c. 

d.



5. Какая команда главной панели инструментов используется для вызова редактора материалов объектов?

a.



b.



c.



d.



6. Какой тип моделирования предполагает работу с редактируемыми поверхностями?

a. Сплайновое моделирование

b. Полигональное моделирование

c. Параметрическое моделирование

d. Трехмерное моделирование

7. Что такое виртуальная камера?

a. Объект без геометрии, имеющий угол обзора, который позволяет задать определенный ракурс.

b. Двухмерные изображения, генерируемые программой или загруженные из графического файла.

c. Дополнительные надстройки программы (плагины), которые расширяют возможности при визуализации

d. Источник освещения в 3DS Max

8. Какой свет генерирует источник Omni?

a. Направленный

b. Точечный

c. Без направления

d. Фотометрический

9. Какой тип анимации предполагает просчет физических взаимодействий (соударение твердых тел, деформация мягких тел)

a. Анимация системных частиц

b. Анимация по ключевым кадрам

c. Анимация с помощью модуля reactor

d. Анимация плоскостями

10. Что такое фрактал?

a. Элементарная единица изображения, обычно имеющая квадратную форму

b. Бесконечно самоподобная геометрическая фигура

c. Геометрическая фигура, имеющая кривую поверхность

d. Фотореалистичное изображение, состоящее из слоев

11. Какие фракталы относятся к геометрическим? (выберите несколько правильных ответов)

a. Множество Мандельброта

- b. Снежинка Коха
- c. Множество Жюлиа
- d. Треугольник Серпинского
- e. Изрезанная береговая линия

Вариант 2

1. Создание математической модели сцены и объектов на ней называется:
 - a. Моделированием
 - b. Визуализацией
 - c. Модификацией
 - d. Проектированием
2. Какие типы вершин используются в 3DSMax? (выберите несколько правильных ответов)
 - a. Угловая
 - b. Симметричная
 - c. Сглаженная
 - d. Вершина Безье
 - e. Точечная
 - f. Линейная
3. Как называется линия, которая не отображается при визуализации, а служит дополнительным средством?
 - a. Модификатор
 - b. Сплайн
 - c. Полигон
 - d. Сегмент
4. Какая команда главной панели инструментов используется для масштабирования объектов?
 - a. 
 - b. 
 - c. 
 - d. 
5. Какая команда главной панели инструментов используется для визуализации сцены?
 - a. 
 - b. 
 - c. 

d.



6. Какие объекты позволяют в 3DSMax из сплайна создать трехмерный объект?
 - a. Модификаторы
 - b. Материалы
 - c. Источники света
 - d. Камеры
7. Что такое карты текстур?
 - a. Материалы, имеющие большое количество свойств
 - b. Двухмерные изображения, генерируемые программой или загруженные из графического файла.
 - c. Дополнительные надстройки программы (плагины), которые расширяют возможности при визуализации
 - d. Рисунки источников света
8. Какой свет генерируют источники Target Spot и Target Direct?
 - a. Направленный
 - b. Точечный
 - c. Без направления
 - d. Фотометрический
9. Какой тип анимации предполагает задание начального и конечного положения объектов, при этом состояние объекта в промежуточных стадиях просчитывает компьютер.
 - a. Анимация системных частиц
 - b. Анимация по ключевым кадрам
 - c. Анимация с помощью модуля reactor
 - d. Анимация точками
10. Какая графика называется фрактальной?
 - a. Вид компьютерной графики, в которой изображение строится по точкам.
 - b. Вид компьютерной графики, в которой изображения строятся из объектов-примитивов, и в памяти хранятся формулы этих объектов.
 - c. Вид компьютерной графики, в которой в той или иной мере используются самоподобные структуры и изображения строятся по уравнениям
 - d. Вид компьютерной графики, в которой изображение вводится в компьютер с помощью сканера или цифровой камеры
11. Какие фракталы относятся к алгебраическим? *(выберите несколько правильных ответов)*
 - a. множество Мандельброта
 - b. Снежинка Коха
 - c. множество Жюлиа
 - d. треугольник Серпинского
 - e. изрезанная береговая линия

ОПК-1.2: Способен решать стандартные профессиональные задачи с применением естественнонаучных и общетехнических знаний, методов математического анализа и моделирования.

Знать: способы решения профессиональных задач с применением естественнонаучных и общетехнических знаний и методов математического анализа и моделирования

Уметь: решать профессиональные задачи с применением естественнонаучных и общеинженерных знаний и методов математического анализа и моделирования

Владеть: навыками для решения профессиональных задач с применением естественнонаучных и общеинженерных знаний и методов

Показатель оценивания: применяет методы обработки графической информации средствами редакторов Gimp и Inkscape.

Вариант 1

1. Анимация – это
 - a) технология, предназначенная для создания компьютерных мультфильмов.
 - b) информационный или рекламный инструмент, позволяющий сообщить нужную информацию об объекте презентации в удобной для получателя форме.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) искусственное представление движения в кино, на телевидении или в компьютерной графике, путем отображения последовательности рисунков или кадров с частотой, при которой обеспечивается целостное зрительное восприятие образов.
 1. Цветовая модель – это
 - a) оцифрованные физические свойства электронов света.
 - b) вид цветовых палитр используемых в компьютерной графике.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) способ представления большого количества цветов посредством разложения их на простые составляющие.
 2. Масштабирование объекта – это
 - a) определяет способ организации данных на носителях информации.
 - b) характеристика, указывающая на размер (вес) файла.
 - c) растяжение объекта вдоль соответствующих осей относительно начала координат.
 - d) Нет правильного ответа.
 3. Выберите строку, в которой перечислены форматы графических файлов:
 - a) *.gif, *.jpg, *.png, *.tif
 - b) *.txt, *.doc, *.rtf
 - c) *.exe, *.com
 - d) *.wav, *.mp3, *.wma
 4. Диапазон цветов, который может быть воспроизведен каким-либо способом – называется:
 - a) Насыщенность
 - b) Переход
 - c) Цветовой охват
 - d) Яркость
 6. Какие операции мы можем выполнять над векторными графическими изображениями? Выберите несколько вариантов ответа:
 - a) Копировать
 - b) Вырезать
 - c) Вставить
 - d) Переместить
 - e) Удалить
 7. Какой инструмент выполняет следующие функции?
Создаёт в векторном объекте эффект тени от объекта.
 - a) rectangle
 - b) drop shadow
 - c) interactive contour
-

- d) interactive blend
- 8. Обязательным условием выполнения операции вращения является наличие ...
 - a) Тонкой линии.
 - b) Нет правильного ответа.
 - c) Утолщенной линии.
 - d) Осевой линии.
- 9. Где используется векторное компьютерное изображение?
 - a) Для создания вывесок, этикеток, логотипов, эмблем и пр. символьных изображений.
 - b) Для обработки фотографий, создания фотоколлажа, создания иллюстраций.
 - c) В математике и искусстве.
 - d) В архитектуре, в рекламных видеороликах, компьютерном моделировании физических объектов.
- 10. Если элементов графического изображения много и нам нужно их все переместить, нам на помощь приходит
 - a) Группировка
 - b) Объединение
 - c) Слияние

Вариант 2

- 1. Конечным результатом для средств компьютерной графики является:
 - a) компьютерная игра
 - b) текстовый документ
 - c) изображение
 - 2. В каком случае тени не видны?
 - a) источник света бесконечно удален
 - b) все поверхности сцены являются зеркальными
 - c) наблюдатель находится в одной точке с источником света
 - 3. Векторы называются коллинеарными, если:
 - a) они лежат на перпендикулярных прямых
 - b) они лежат на параллельных прямых
 - c) они имеют равную длину
 - 4. К центральным проекциям относятся:
 - a) косоугольная
 - b) перспективная с двумя точками схода
 - c) аксонометрическая
 - d) изометрическая
 - 5. Что такое разложение в растр?
 - a) изображение, построенное из коротких отрезков прямой
 - b) изображение с помощью полутонов
 - c) изображение на матрице дискретных прямоугольных элементов
 - 6. Однородно закрашенная область будет казаться более яркой на:
 - a) более темном фоне
 - b) более светлом фоне
 - c) неоднородном фоне
 - 7. Проектирование с помощью средств компьютерной графики - это:
 - a) проектно-конструкторские работы в области архитектуры, строительства
 - b) разработка авиационных двигателей
 - c) разработка планов экономического развития
 - 8. В число примитивов полигональных моделей не входит:
 - a) вершина
-

- b) полигональная поверхность
 - c) гладкая кривая
9. Какие существуют виды отражения света?
- a) преломленное
 - b) зеркальное
 - c) негативное
 - d) диффузное
10. Технической основой возникновения компьютерной графики явилось:
- a) использование в компьютере магнитной ленты как носителя информации
 - b) использование дисплея как устройства вывода
 - c) увеличение производительности компьютеров

ОПК-1.3: Применяет на практике навыки теоретического и экспериментального исследования объектов профессиональной деятельности.

Знать: способы применения на практике навыков теоретического и экспериментального исследования объектов профессиональной деятельности

Уметь: использовать на практике навыки теоретического и экспериментального исследования объектов профессиональной деятельности

Владеть: навыками теоретического и экспериментального исследования объектов профессиональной деятельности

Показатель оценивания: использует возможности графического редактора Inkscape для решения поставленных задач.

Вариант 1

1. Какой редактор применяют для создания логотипов компании (баннеров и визитных карточек)
 - a) Растровый редактор
 - b) Векторный редактор
 2. Наименьший элемент фрактальной графики
 - a) пиксель
 - b) вектор
 - c) точка
 - d) фрактал
 3. Чем больше разрешение, тем изображение
 - a) качественнее
 - b) светлее
 - c) темнее
 - d) не меняется
 4. Растровым графическим редактором НЕ является
 - a) GIMP
 - b) Paint
 - c) Inkscape
 - d) Photoshop
 5. Сетку из горизонтальных и вертикальных столбцов, которую на экране образуют пиксели, называют:
 - a) видеопамятью
 - b) видеоадаптером
 - c) растром
 - d) дисплейным процессором
 6. Компьютерная графика –
 - a) использование вычислительной техники для создания графических изображений,
-

- их отображения различными средствами и манипулирования ими.
- b) вид изобразительного искусства, основанный на особых свойствах изобразительных средств, называемых графическими.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) отрасль компьютерной индустрии, отвечающая за передачу и вывод на печать графической информации.
7. Формат файла
- a) определяет способ организации данных на носителях информации.
 - b) характеристика, указывающая на размер (вес) файла.
 - c) окончание в имени файла, отделяемого от названия файла – точкой
 - d) Нет правильного ответа.
8. Соотношение сторон экрана – это
- a) количество дискретных элементов на единицу длины
 - b) количество бит на кодирование одного пикселя (от монохромного до 32-битного).
 - c) размер по диагонали от одного угла экрана до другого.
 - d) угол, относительно перпендикуляра к центру матрицы, при взгляде под которым контрастность изображения в центре матрицы падает
 - e) количество сменяемых кадров за единицу времени
 - f) соотношение длины экрана (горизонтальный параметр) к его высоте (вертикальный параметр).
 - g) время, которое пиксел монитора затрачивает, чтобы перейти от активного в бездействующий и обратно к активном
 - h) расстояние в миллиметрах между двумя соседними люминофорами одного цвета
9. Трехмерная графика – это
- a) Нет правильного ответа.
 - b) построение на компьютере с помощью специальных программ пространственной модели, состоящей из простых и сложных геометрических форм присвоение этой модели фактуры, цвета, степени прозрачности и матовости придание ей и условной камере движения в виртуальном пространстве расстановка в этом пространстве источников света; и, наконец, просчет выстроенной сцены.
 - c) формат графического представления объекта в виде множества точек.
 - d) вид компьютерной графики, в котором изображение представляется в виде совокупности отдельных объектов, описанных математически
10. Какой тип графического изображения вы будете использовать для редактирования цифровых фотографий?
- a) Растровый
 - b) Векторный
 - c) Не имеет значения

Вариант 2

1. Где используется векторное компьютерное изображение?
- a) В математике и искусстве.
 - b) Для создания вывесок, этикеток, логотипов, эмблем и пр. символьных изображений.
 - c) Для обработки фотографий, создания фотоколлажа, создания иллюстраций.
 - d) В архитектуре, в рекламных видеороликах, компьютерном моделирование физических объектов.
2. Что можно отнести к достоинствам растровой графики по сравнению с векторной?
- a) Малый объем графических файлов.
 - b) Фотографическое качество изображения.
 - c) Возможность просмотра изображения на экране графического дисплея.

- d) Возможность преобразования изображения (поворот, наклон и т.д.)
 - e) Возможность масштабирования изображения.
3. Какое устройство управляет непосредственно работой дисплея?
- a) ОЗУ;
 - b) клавиатура;
 - c) центральный процессор;
 - d) видеоадаптер;
 - e) сканер.
4. Созданием диаграмм, графиков, иллюстрацией статистической информации занимается:
- a) Деловая графика
 - b) Конструкторская графика
 - c) Научная графика
 - d) Расчетная графика
5. Сканер - это устройство для графической информации (выбери пропущенное слово).
- a) ввода;
 - b) вывода;
 - c) просмотра;
 - d) кодирования.
6. Изображения какой графики состоят из массива точек (пикселей)?
- a) Фрактальной
 - b) Трёхмерной
 - c) Векторной
 - d) Растровой
7. Выбери устройства, которые используются для вывода графической информации.
- a) световое перо;
 - b) Web камера.
 - c) звуковые колонки;
 - d) дисплей;
 - e) цифровой фотоаппарат;
 - f) принтер;
 - g) графопостроитель (плоттер);
 - h) сканер;
 - i) микрофон;
 - j) графический планшет;
8. Компьютерная графика –
- a) раздел информатики, занимающийся проблемами создания и обработки на компьютере графических изображений;
 - b) наука, изучающая особенности создания и обработки изображений с помощью программно-аппаратных средств.
 - c) особенности отображения информации программно-аппаратными средствами;
9. Визуализацией результатов расчетов распределения волн на поверхности жидкости после падения капли занимается:
- a) Научная графика
 - b) Деловая графика
-

с) Конструкторская графика

d) Чертежная графика

10. Какое изображение масштабируется без потери качества?



- а) трёхмерное;
- б) символьное;
- с) растровое;
- д) векторное.

ОПК-3.1: демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

Знать: возможности использования информационно-коммуникационные технологии при поиске информации, для решения стандартных задач.

Уметь: применять информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач.

Владеть: навыками применения информационно-коммуникационных технологий и библиографических источников при поиске информации, для решения стандартных задач

Показатель оценивания: – знание основных графических возможностей рекламного текста, понятий компьютерной графики и методах ее обработки

Вариант 1

1. Фирменный стиль – ...
 - а) оригинальное шрифтовое начертание наименования фирмы или группы ее товаров;
 - б) сочетание фирменной цветовой гаммы, слогана, фирменного знака;
 - в) часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;
 - г) информация о компании, которая транслируется через элементы «внешнего вида».
2. Четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, удобная для восприятия и запоминания

Ответ:

3. Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке

Ответ:

4. Векторное изображение может быть преобразовано в любой размер и качество его при этом...
 - а) не изменится;
 - б) ухудшится;
 - в) улучшится;
 - г) не сильно, но изменится.
5. Какой инструмент выполняет следующие функции?
Выделение одного или нескольких объектов, перемещение выбранного объекта, трансформация объекта (трансформация, наклон).
 - а. zoom
 - б. pick
 - в. knife
 - г. eye drop
6. Какой инструмент выполняет следующие функции?
Рисует фигуры в форме выпуклых и звёздчатых многоугольников.

- а.  +
- б. 
- в. 
- г. 

7. Какой инструмент выполняет следующие функции?

Создаёт в векторном объекте эффект выдавливания.

- а. 
- б.  +
- в. 
- г. 

8. В векторном редакторе Клонированием объекта называется...

- а. традиционная процедура, осуществляется через буфер обмена системы Windows
- б. копирование выделенного объекта непосредственно на рабочее поле, помещая дубликат с небольшим смещением относительно оригинала. Буфер обмена не используется
- в. копирование выделенного объекта непосредственно на рабочее поле с созданием связи между оригинальным объектом-шаблоном (эталонном) и новым объектом

9. Прimitives называются ...

- а. Простые объекты
- б. Точки на рисунке
- в. Простые карандаши
- г. Картины, нарисованные ребенком

10. Какое из высказываний лишнее?

- а. Векторные изображения задаются с помощью графических примитивов
- б. Векторные изображения не искажаются при масштабировании
- в. Векторные изображения представляют изображение с фотографической точностью
- г. Векторные изображения занимают небольшой объем памяти

Вариант 2

1. **Скрытая реклама –...**

- а) предназначенная для определенного людей определенной профессии, вида деятельности;
- б) предназначенная для узкого круга людей;
- в) размещённая под видом информационного, редакционного или авторского материала;**
- г) размещаемая в закрытых помещениях.

2. **Девиз компании, – это...**

- а) слоган компании;
- б) используемый в рекламе в качестве краткой, легко запоминающейся фразы, передающей принципы и/или стратегию компании;**
- в) фраза в стихотворной форме для компании;
- г) текст отражающий смысл рекламной компании.

3. **Пресс-релиз – это...**

- а) пресса размещающая рекламу;
- б) СМИ использующие в своей деятельности рекламируемую продукцию;
- в) информация для общего пользования о компании;

г) информационный бюллетень, для СМИ, из которых можно получить интересующую информацию.

4. Рекламная кампания – это...

- а) комплекс рекламных мероприятий, осуществляемых в соответствии с единой целью и концепцией;
- б) любое рекламное мероприятие;
- в) реклама определенной компании;
- г) меры по развитию компании.

5. Растровая графика -...

- а) представление изображения в виде простых фигур;
- б) представление изображения в компьютере в виде математических формул;
- в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;
- г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.

6. В зависимости от способа воздействия выделяют следующие виды рекламы:

- а) визуальная, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная;
- б) аудиальная, визуальная, слуховая;
- в) слуховая, визуальная, аудиальная;
- г) слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная.

7. Виды рекламы...

- а) коммерческая, социальная, политическая;
- б) торговая, рыночная, социальная;
- в) политическая, предпринимательская, целевая;
- г) коммерческая, потребительская, социальная.

8. Контрастные гармоничные цвета, по цветовому кругу Гете...

- а) под углом 90 градусов;
- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) под острым углом.

г) лежащие напротив

9. Текстовые шрифты - предназначенные для...

- а) печатания основного текста книг, журналов и газет;
- б) печатания заголовков и названия статей в книгах, газетах, журналах;
- в) печатания заметок и объявлений в газетах и журналах;
- г) работы над документами.

10. Фирменный блок представляет собой...

- а) полное собрание элементов фирменного стиля;
- б) сочетание фирменной цветовой гаммы, слогана, фирменного знака;
- в) часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;
- г) сочетание фирменного знака и слогана.

ОПК-3.2: Решает стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры

Знать: способы решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры.

Уметь: решать стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры.

Владеть: навыками решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры.

Показатель оценивания: знание теоретических основ векторного редактора Inkscape; умение использовать инструменты графического редактора при создании векторных изображений и графического текста в Inkscape.

Вариант 1

1. Пикселизация изображений при увеличении масштаба - один из недостатков ...
a) растровой графики
 b) векторной графики
 c) 3D-графики
2. В цветовой модели RGB установлены следующие параметры: 0, 255, 0. Какой цвет будет соответствовать этим параметрам?
 a) черный
 b) красный
c) зеленый
 d) синий
3. Большой размер файла - один из недостатков ...
a) растровой графики
 b) векторной графики
4. Физический размер изображения может измеряться в ...
 a) точках на дюйм (dpi)
 b) мм, см, дюймах или пикселах
c) пикселах
 d) мм, см
5. Растровый графический редактор предназначен для ...
 a) построения диаграмм
 b) создания чертежей
 c) построения графиков
d) создания и редактирования рисунков
6. Inkscape используется для редактирования:
 a. Растровой графики
 b. Векторной графики
 c. 3D-объектов
 d. Все перечисленное
7. Команда сумма в Inkscape используется для:
 a. создания одной фигуры из нескольких
 b. группировки объектов
 c. создание дубликата объектов
 d. преобразования объекта в фигуру
 e. преобразования отрезков в кривые
8. Инструмент  означает
 a. Отрезок
 b. Форму
 c. Кривую
d. Контур
 e. Градиент

Вариант 2

1. Канал А в палитре RGBA отвечает за:
 a. Красный цвет
 б. Зеленый цвет
 в. Синий цвет
 г. Прозрачность
д. Насыщенность

2. Инструмент Указатель в редакторе Inkscape не может использоваться для...
 - а. Перемещения объектов
 - б. Изменения размеров объектов
 - в. Изменения порядка расположения объектов
3. В редакторе Inkscape для того, чтобы вращать объект на углы, кратные 15 градусам при помощи инструмента Указатель, нужно...
 - а. Удерживать нажатой клавишу ctrl
 - б. Удерживать нажатой клавишу shift
 - в. Удерживать нажатой клавишу tab
4. Для того, чтобы в редакторе Inkscape редактировать объект, включенный в группу, необходимо...
 - а. Разгруппировать предварительно все объекты
 - б. Выделить нужный объект в группе, удерживая нажатой клавишу ctrl
 - в. Перенести нужный объект на передний план
5. Какие параметры объекта Прямоугольник можно изменять при помощи панели параметров инструментов?
 - а. Ширина и высота
 - б. Горизонтальный радиус скругления
 - в. Вертикальный радиус скругления
 - г. Количество углов
6. Для того, чтобы в редакторе Inkscape нарисовать круг, нужно...
 - а. Удерживать нажатой клавишу ctrl
 - б. Удерживать нажатой клавишу shift
 - в. Удерживать нажатой клавишу tab
7. Какие параметры объекта Многоугольник можно изменять при помощи панели параметров инструментов?
 - а. Количество углов
 - б. Ширина и высота
 - в. Отношение радиусов
 - г. Закругление
8. Чтобы залить объект сплошным цветом, достаточно использовать_____

ОПК-3.3: Способен обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем

Знать: возможности обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем

Уметь: обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем

Владеть: навыками обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем

Показатель оценивания: – умение применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.

Вариант 1

1. Замысел проведения рекламной кампании, акции, мероприятия. Определяет цели рекламной кампании, основные средства рекламы и рекламоносители_____

Ответ:

2. Группа физических лиц, представляющих наиболее активных потребителей данного товара (услуги). Количество телезрителей (радиослушателей) или читателей определенной телепередачи (радиостанции) или периодического изда-

ния _____

Ответ:

3. Реклама, имеющая целью улучшить или создать особый имидж компании _____

Ответ:

4. Короткое визуальное произведение, созданное с целью информирования аудитории о продукте или услуге посредством электронных СМИ (ТВ и радио). Делятся на: имиджевые, потребительского характера, промотированные и т.д. _____

Ответ:

5. Информация, призванная не поднимать, а уменьшать интерес, либо дискредитировать товары, предприятия, товарные знаки _____

Ответ:

6. Элемент рекламного комплекса, несущий смысл рекламного объявления и определяющий способ его передачи (устно или письменно) _____

Ответ:

7. Группа потенциальных покупателей, объединенных общим интересом, потребностью, способных использовать предлагаемые товары и услуги к собственной выгоде, имеющих необходимые для приобретения средства и готовых оплатить покупную стоимость товаров и услуг _____

Ответ:

8. Рекламный лозунг: четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, которая легко _____ воспринимается _____ и _____ запоминается _____

Ответ:

9. Слово, имя, знак, символ или их сочетание, художественно оформленные и применяемые для индивидуализации и выделения производителей, продающих организаций или товаров среди конкурентов _____

Ответ:

10. Характерно оформленное наименование продукта или его изготовителя. Аналогично торговой марке логотип призван облегчить покупателю идентификацию товара или изготовителя непосредственно в торговой точке _____

Ответ:

Вариант 2

1. Эскиз — ...

- а) рисунок художника;
- б) художественное воплощение замыслов дизайнера рекламы;
- в) зарисовка будущего изделия;
- г) воплощение рисунка в готовое изделие.

2. Реклама потребностей – это...

- а) информирование деловых партнеров о существовании фирмы и ее потребностях в чем-либо;
- б) информирование потребителей о товаре;
- в) реклама товара для определенной группы потребителей;
- г) выявление среди потребителей потребности в данном товаре

3. Потребительская реклама – ...

- а) направлена на широкие круги реальных и потенциальных потребителей;
- б) направлена на определенную массу людей;
- в) направлена на привлечение потенциальных потребителей;
- г) направлена на определенную группу людей.

4. Гармоничные сочетания из 2, 3 и 4-х цветов, по цветовому кругу Гете, определяются...

- а) под углом 90 градусов;

- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) по прямой;
- г) под острым углом.
- 5. Телефонный маркетинг (call-центры) –...
 - а) использование телефона для непосредственной продажи товара потребителям;
 - б) использование телефонной линии для рекламы товара;
 - в) использование телефонов как средства рекламы;
 - г) рассылка SMS – сообщений с целью информирования клиента.
- 6. Векторный способ кодирования изображения...
 - а) представление изображения в виде простых геометрических фигур;
 - б) представление изображения в компьютере в виде физических формул;
 - в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;
 - г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.
- 7. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния...
 - а) светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;
 - б) светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;
 - в) светлые предметы становятся светлее, темные - темнее;
 - г) все предметы остаются прежними.
- 8. В зависимости от способа воздействия выделяют следующие виды рекламы:
 - а) визуальная, слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная;
 - б) аудиальная, визуальная, слуховая;
 - в) слуховая, визуальная, аудиальная;
 - г) слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная.
- 9. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния...
 - а) светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;
 - б) светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;
 - в) светлые предметы становятся светлее, темные - темнее;
 - г) все предметы остаются прежними.
- 10. Логотип - ...
 - а) изображение корпоративного героя компании;
 - б) определенный персонаж или образ, закрепленный за фирмой, и олицетворяющий дух ее деятельности.
 - в) оригинальное шрифтовое начертание полного или сокращенного наименования фирмы или группы ее товаров;
 - г) цветное изображение фирменного знака компании;

Практико-ориентированные задания для оценки сформированности компетенций в соответствии с индикаторами их достижения

ОПК-1.1: понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Задание на создание графического изображения в векторном редакторе Inkscape

1. Рисование Бабочки при помощи инструмента Transform
 - а) Выполните команду Файл, Новый;
 - б) На панели свойств установите параметры высоты (width) и ширины (height) равными 5.
 - с) На панели инструментов выберите инструмент Artistic media.
 - д) В свойстве Preset stroke list выберите вариант похожий на вариант на рисунке.
 - е) Установите ширину инструмента Artistic media tool = 0,17.



- f) Выберите красный цвет;
- g) Нарисуйте одно крыло приблизительно похожее на рис.2.3.8 а, уберите контур;
- h) Выберите инструмент Shape, щелкните по крылу (рис.2.3.8 б);
- i) Добейтесь похожего изображения рис.2.3.8 в;
- j) Выберите инструмент Pick и щелкните по крылу;
- k) Выполните команду Edit, Duplicate чтобы создать копию изображения;



Рис 2.3.8. Поэтапное изображение бабочки с помощью инструмента Transform

- l) В окне Duplicate offset установите в 0 свойства Horizontal offset и Vertical offset, и нажмите ОК.
- m) Выберите инструмент Transform ;
- n) На панели свойства нажмите на кнопку Free angle reflection tool ;
- o) Проведите линию как показано на рисунке г, чтобы создать дубликат крыла;
- p) Выберите снова инструмент Artistic media tool
- q) В строке Preset stroke list выберите вариант как показано на рисунке;
- r) Нарисуйте голову бабочки;
- s) Выберите инструмент Ellipse и нарисуйте туловище;
- t) И в заключении нарисуйте усы.



2.

Inkscape В графическом редакторе Corel Draw изобразите 10-ти конечную звезду и с помощью инструмента Extrude придайте ей вид снежинки, как показано на рисунке 2, с помощью объемности. Примените к контуру заливку. Сделайте дубликат звезды и нанесите тень с помощью инструмента Drop Shadow, как показано на рисунке 3. Сделайте еще один дубль, выберите инструмент Contour, изобразите еще один вид снежинки, примените заливку к контуру.



3.

Inkscape В графическом редакторе Corel Draw изобразите аквариум, как показано на рисунке. Используйте инструменты: Ellipse, Shape, Artistic Media, Free Hand, Fill.



4. Средствами графического редактора создайте визитку. Используйте в качестве примера образец. Используйте графический текст, в который обязательно внедрите рисунок наиболее подходящий к его содержанию – см. рисунок надпись КИВИ (для этого примените эффект Power Clip).

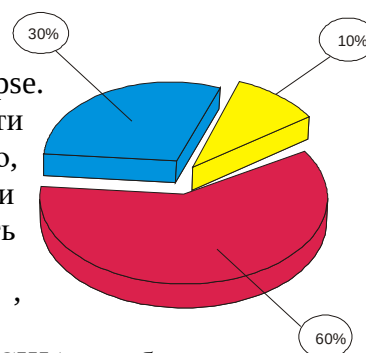


5. Средствами графического редактора изобразите эмблему. Используйте инструменты: Эллипс, Текст, Interactive Blend. Градиентную заливку, преобразование объектов в кривые.



ОПК-1.2: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

6. Постройте диаграмму по образцу. Используйте инструменты: Extrude – для придания объема, text, ellipse. Чтобы построить диаграмму правильно, требуется произвести расчет, перевести проценты в градусы: 30% - $360 \cdot 0,3 = 108^\circ$, 10% - 36° , 60% - 216° , а затем задать их в опцию угол доли окружности (Starting and Ending angles). Чтобы наклонить фигуру, используйте опцию Extrude Rotation , инструмента Extrude.



7. В графическом редакторе Inkscape создайте флаги России и США по образцу.



8. Средствами графического редактора создайте рисунок по образцу. Для этого вы должны проделать следующие этапы:

- Нарисуйте прямоугольник, и примените к нему градиентную заливку, от желтого к зеленому.
- Нарисуйте окружность и примените к ней градиентную заливку, от светло-розовой к розовой.
- В этой окружности нарисуйте еще одну чуть меньшую предыдущей (см.рис), без применения заливки.
- Нарисуйте букет цветом, используя инструмент Free Hand tool, поместите его в центр второго круга.
- Выделите все объекты и скомбинируйте их по команде Combine на панели инструментов.



9. Средствами графического редактора нарисуйте печать по образцу. Контуры каждого кольца, а также заливка выполнены красным цветом. Изображение яйца и текста залиты белым цветом.



10. С помощью геометрических фигур и различных видов заливки нарисуйте снеговика.



ОПК-1.3: осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

11. **Рисование тубуса. Откройте Inkscape.**

- Нарисуйте эллипс и скопируйте его два раза, разместите их друг под другом как показано на рисунке 2.1.16 а
- С помощью инструмента Free Hand Tool соедините верхний и нижний эллипсы, как показано на рисунке 2.1.16 б.
- Выберите инструмент Virtual Segment Delete и удалите линии, которые должны быть не видимыми рис. 2.1.16 в

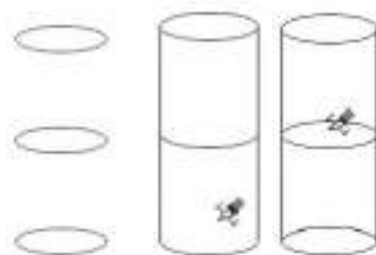


Рис.2.1.16

12. Нарисуйте дисковый телефон

- Выберите инструмент Basic Shapes (автофигуры);
- Выберите необходимую фигуру и изобразите ее на экране, как показано на рисунке 2.2.6а;



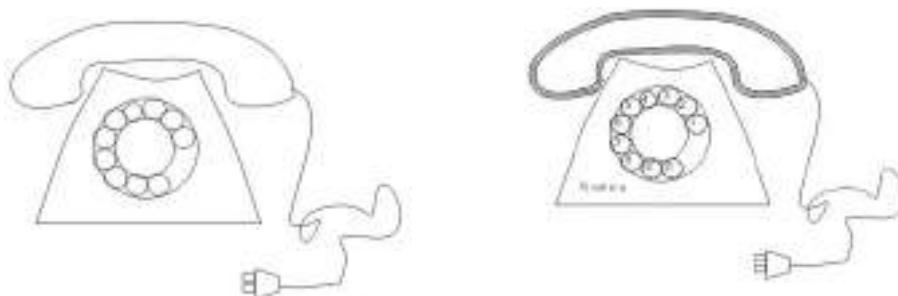
- Используя инструмент Interactive Envelope tool из группы Interactive, выделите автофигуру и изогните немного ее линии, как показано на рис. 2.2.6б;
- Выберите инструмент Ellipse и изобразите диск как показано на рис. 1.6.22в. Чтобы изобразить мелкие кружочки одинакового размера нарисуйте сначала один, а затем сделайте 9 дубликатов по команде Edit, Duplicate;
- Нарисуйте трубку, используя инструмент Freehand Tool (карандаш рис. 2.2.6г.), измените форму трубки с помощью инструмента Interactive Envelope tool, если это необходимо;
- Используя инструмент 3 Point Curve Tool нарисуйте провод (рис. 2.2.6д);
- С помощью автофигур и прямоугольника изобразите розетку;
- Выберите инструмент Text и подпишите название аппарата «Чайка», а также проставьте цифры на диске от 0 до 9.
- Примените эффект ореола (трезвонящий телефон). Выберите инструмент Interactive Contour, щелкните на трубке (чтобы его



Рис. 2.2.7 Панель свойств эффекта Ореол

выделить) и перетащите в направлении, перпендикулярном контуру объекта, внутрь или наружу объекта. Во время перетаскивания появляется интерактивный элемент (рис. 2.2.6е)

- j) Настраивать ореол можно также с помощью панели свойств (см.рис.2.2.7).
- k) Получим,



13. Нарисуйте заготовку открытки с изображением зайца и букета цветов, используя инструмент Interaction Destortion (рис. 2.2.23).

- a) Нарисуйте сердце с помощью Автофигур. Примените инструмент **Interaction Destortion** таким образом, чтобы сердце превратилось в мордочку зайца;
- b) Нарисуйте уши, глаза, нос, усы, солнце, цветы, используя инструменты **Эллипс**, **Ластик**, **Линии**, **Многоугольники**.
- c) Изобразите блик на носу у зайца, используя последовательность действий описанную выше для рисунка **Сердце**.



Рис. Открытка

14. Нарисуйте заколку по образцу, используйте эффект описанный в Задании 14 тема 2 для контура заколки, а также используйте инструмент Artistic Media tool.

Рекомендации к выполнению работы:

- a) Выберите инструмент Shape tool, Сноска;
- b) Создайте ее дубликат, уменьшите его размер;
- c) Закрасьте фигуру желтым цветом, а его дубликат – черным (слегка уменьшите его размер), уберите у обеих фигур обводку, наложите друг на друга, получится контур заколки (см. рис.);
- d) Выберите инструмент Artistic Media, Preset;
- e) Изобразите с помощью него цветы, листочки;
- f) Перейдите в режим Sprayer и нарисуйте осенние листочки по образцу (не забудьте разбить группу объектов при помощи правой кнопки мыши Break Curves Apart для того чтобы отделить листья от линии).



15. Бабочка

- a) Выберите инструмент Basic Shapes;
- b) Отыщите в нем Треугольник рис. 2.3.7а;
- c) Interactive Distortion;

- д) Ухватитесь за верхний угол треугольника и протените курсор вправо как показано на рисунке 2.3.7 б;



Рис 2.3.7. Поэтапное изображение бабочки

- е) Затем протяните курсор вправо за точку показанную на рис.2.3.7в, так чтобы получился рис.2.3.7 г.
 ф) Выполните команду Edit,Clone.
 г) Поверните клонированную область с помощью кнопки Mirror Horizontally  на Панели свойств. Разместите ее как показано на рисунке д.
 h) Разрисуйте бабочку по своему вкусу, например, как показано на рисунке. Сохраните с именем Бабочка.cdr

ОПК-3.1: демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

Задание на создание графического изображения в векторном редакторе Inkscape

1. Редактирование формы отдельных символов фигурного текста
 - б) Выберите на панели графики инструмент Text (Текст).
 - с) Откройте на панели свойств список гарнитур Font List и выберите из него шрифт Arial.
 - д) Установите в открывшемся диалоговом окне Text Attributes (Атрибуты текста) флажок Artistic Text (Фигурный текст) и щелкните на кнопке ОК.
 - е) В поле раскрывающегося списка Font Size List (Список кеглей) панели свойств установите размер шрифта равным 72 пунктам. На стандартной панели инструментов выберите масштаб просмотра 400 %. Щелкните мышью в том месте, где будет начало текста, и введите слово **Фигурный**.
 - ф) Выделите надпись инструментом Pick;
 - г) Чтобы увидеть контур объекта, перейдите в режим просмотра в виде каркаса по команде View, Wireframe (Вид, Каркас).
 - h) Выберите команду Arrange ► Convert To Curves (Монтаж ► Преобразовать в кривые).
 - и) Нажмите клавишу F10 чтобы увидеть все узлы объекта;
 - j) Выполните команду Arrange, Break Curve Apart (Монтаж, Разъединить кривую), чтобы преобразовать текст в отдельные объекты;
 - к) Переключите режим просмотра на обычный командой View, Enhanced (Вид, Улучшенный).
 - l) Нажмите снова F10;
 - м) Измените внешний вид буквы путем перетаскивания узлов на свой вкус или как показано на рисунке;
 - п) Примените красный цвет к надписи для этого нажмите ЛКМ на палитре цветов, синий – к обводке, щелкнув ПКМ по нужному цвету;



- о) После окончания преобразования выполните команду Arrange, Combine (Монтаж, Объединить).
2. Изобразите аббревиатуру Курского института менеджмента, экономики и бизнеса.



Рекомендации по выполнению работы:

- Выберите инструмент Text;
 - Установите параметры Шрифт STENCIL, размер – 200;
 - Напишите МЕВІК;
 - Преобразуйте текст в кривые как описано выше в примере;
 - По завершении преобразования текста покрасьте его в синий цвет.
 - Дугу выполните с помощью двух эллипсов. Первый (нижний) покрасьте в синий цвет, второй (верхний) в белый. Совместите их по диагонали, так чтобы нижний эллипс был немного виден. Выделите оба эллипса и выполните команду **Исключить** на панели свойств. Поместите дугу, как показано на рисунке.
 - Сгруппируйте надпись, эмблема готова.
3. Создайте визитку на тему «Акватория» по образцу



ОПК-3.2: учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

4. Создание эффекта увеличения с помощью линзы Magnify
- Наберите фрагмент фигурного текста, например Линза.
 - Создайте объект, используемый в качестве линзы (Нарисуйте круг. Хотя можно использовать замкнутую фигуру любой формы).
 - Выделите его, с помощью инструмента Pick (Выбор).

Линза

- d) Выполните команду Effects ► Lens (Эффекты ► Линза) . Рис. 2.2.10. Эффект Линза
 e) Выберите из раскрывающегося списка нужный вариант .
Magnify (Увеличение), установите в поле *Amount* (Кратность) кратность увеличения равной 2,0 и щелкните на кнопке *Apply* (Применить).

- f) Перетащите созданную линзу на подготовленный объект и убедитесь в имитации увеличительного стекла.

5. Применение инструмента Free Transform tool.

- a) Откройте Inkscape.
 b) Выберите инструмент Text и напишите 4 слова: Rotate, skew, Mirror, Scale назначьте им размер 50 pt., раскрасьте в разный цвет.
 c) Отразите слово Mirror по горизонтали при помощи инструмента Free Transform tool:



Рис. 2.1.15.

- a. Выделите слово инструментом Pick, сделайте копию покрасьте ее в другой цвет, разместите ее рядом.
 b. Выберите инструмент Free Transform tool, нажмите на панели свойств кнопку Free Angel reflection и отразите копию по горизонтали.
 c. Приставьте ее к оригиналу (см. рис.2.1.15)
 d) Поверните слово Rotate по часовой стрелке на 45 градусов:
 a. Выделите слово Rotate инструментом Pick.
 b. Выберите инструмент Free Transform tool нажмите на панели свойств кнопку Free Rotation (см. рис.2.1.15)
 e) Измените перспективу у слова Skew:
 a. Выделите слово Skew инструментом Pick.
 b. Выберите инструмент Free Transform tool нажмите на панели свойств кнопку Free Skew
 c. Измените перспективу как показано на рисунке 2.1.15.
 f) Измените масштаб слова Scale:
 a. Выделите слово Scale инструментом Pick.
 b. Выберите инструмент Free Transform tool нажмите на панели свойств кнопку Free Scale
 c. Растяните его как показано на рисунке 2.1.15.
 6. Средствами графического редактора создайте рисунок по образцу. Для этого вы должны проделать следующие этапы:
 a) Нарисуйте два треугольника, расположите их как показано на рисунке. Залейте только нижний треугольник, синим цветом.
 b) Примените оранжевую заливку к фону, используйте меню Layout.
 c) Нарисуйте солнце и месяц по образцу, не применяя заливки.

- d) Выделите все объекты и скомбинируйте их по команде Combine на панели инструментов.



ОПК-3.3: применяет навыки использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

7. Средствами графического редактора создайте флаг по образцу. Для этого вы должны проделать следующие этапы:
- Наберите текст, установите для него тип шрифта – Arial Black, размер – 200 pt, цвет - красный.
 - нарисуйте прямоугольник в верхней части текста.
 - Выделите оба объекта и скомбинируйте их по команде Combine.



- Нарисуйте прямоугольник в нижней части текста, примените синюю заливку.
- В инспекторе объектов переместите его за текст.
- Получится флаг Российской Федерации.
- Осталось добавить эффект луча. Для этого используйте инструмент Pen tool, и контекстное меню Arrange

Контрольные вопросы для оценки сформированности компетенций в соответствии с индикаторами их достижения

ОПК-1.1: понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

- Основатели компьютерной графики
- История развития компьютерной графики
- Обзор программа 3d-моделирования
- Трёхмерная графика и реклама
- Способы создания трёхмерных сцен

ОПК-1.2: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

- Практическое использование возможностей трёхмерной графики для решения рекламных задач. Социальный плакат

7. Практическое использование возможностей трёхмерной графики для решения рекламных задач. Презентация фирменного стиля
8. Практическое использование возможностей трёхмерной графики для решения рекламных задач. Проектирование рекламного выставочного стенда.
9. Тренды в компьютерной графике
10. Векторный редактор Inkscape. Структура экрана.

ОПК-1.3: осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

11. Векторный редактор Inkscape. Назовите способы выделения объектов? Как изобразить автофигуру, какие свойства можно применить к стандартным фигурам?
12. Векторный редактор Inkscape. Копирование и клонирование объектов
13. Векторный редактор Inkscape. Виды специальных эффектов.
14. Векторный редактор Inkscape. Применение специальных эффектов Имитация перспективы
15. Векторный редактор Inkscape. Применение специальных эффектов. Эффект PowerClip
16. Векторный редактор Inkscape. Художественные средства. Применение встроенных фильтров.

ОПК-3.1: демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

17. Структура и алгоритм составления рекламного текста
18. Компонент графического текста Зачин
19. Компонент графического текста Эхо-фраза
20. Компонент графического текста ОРТ
21. Возможности графики в рекламных текстах
22. Виды использования графических средств, с целью привлечения потребителя: 1-я группа.
23. Виды использования графических средств, с целью привлечения потребителя: 2-я группа.
24. Виды использования графических средств, с целью привлечения потребителя: 3-я и 4-я группы.

ОПК-3.2: учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

25. Виды использования графических средств, с целью привлечения потребителя: 5-я и 6-я группы.
26. Шрифт как часть графики в рекламных текстах
27. Четыре модели шрифтовой интерпретации смысла
28. Цвет как часть графики в рекламных текстах
29. Символика цветов разных стран.
30. К.Г. Юнг и создание теории архетипов
31. Свойства архетипов
32. Восемь базовых архетипов

ОПК-3.3: применяет навыки использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

33. Применение архетипов в рекламе.

34. Архетипы в рекламе и в рекламных текстах
35. Архетипы рекламного текста на примере MacBook Air
36. Экономический расчет затрат и цены рекламного продукта. Организационно-правовая форма исполнителя
37. Определение стоимости рекламного продукта
38. Определение эффективности рекламного продукта
39. История создания спецэффектов
40. Изменение частоты киносъемки
41. Комбинированная съемка
42. Применение спецэффектов в кинематографе

II. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих индикаторы достижения компетенций

Экзамен проходит в компьютерном классе в устной форме. Практические задания выполняются за компьютером. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория (компьютерный класс), внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»

*Оценочные материалы по дисциплине
«Основы интегрированных коммуника-
ций (рекламы и связей с общественно-
стью)»*



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1: Понимает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Уметь: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов
Владеть: навыками создания рекламных и PR-продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.
Показатель оценивания: способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.2: способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов
Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
Показатель оценивания: способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-2.3: Применяет навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Показатель оценивания: применяет навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа- коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1: Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью; основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций; основные технологии в сфере рекламы; основные технологии в сфере связей с общественностью; основные этапы разработки и организации специального события как как технологии интегрированных коммуникаций; специфику социальной рекламы; историю рекламы и связей с общественностью.
Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; грамотно сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; проводить СВОТ анализ ситуации в организации; работать со СМИ.
Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами.

Показатель оценивания: понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы в организациях различного типа;

Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации;

Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур.

Показатель оценивания: осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

ОПК-5.3: Применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Владеть: навыками учета тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности

Показатель оценивания: применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено» с оценкой.

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-

языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ОПК-2.1: Понимает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Уметь: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов
Владеть: навыками создания рекламных и PR-продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.
Показатель оценивания: способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Предметом коммуникационного менеджмента является:

- А. Деятельность по распространению слухов;
- Б. Система социальных институтов;
- В. Управление коммуникационными проблемами организации;
- Г. Совокупность видов общения

2. Информационным критерием эффективности межличностной коммуникации является:

- А. Желание сторон продолжать коммуникации;
- Б. Удовлетворенность партнеров по коммуникации;
- В. Доброжелательная атмосфера общения;
- Г. близость смысла принятого сообщения к смыслу отправленного.

3. Какая функция коммуникационного менеджмента позволяет провести анализ сложившейся ситуации и составить прогноз дальнейшего развития событий?

- А. Коммуникативно-информационная;
- Б. Аналитико-прогностическая;
- В. Организационно-управленческая;
- Г. Консультационно-методическая;

4. Что из нижеперечисленного справедливо считать фактором формирования корпоративной культуры?

- А. Благоприятные условия для карьерного роста;
- Б. Отношения конкуренции внутри коллектива;

- В. Конформные установки;
- Г. Система авторитарного руководства.

5. Ваша организация оказалась в кризисной ситуации. Необходимо оперативное информирование журналистов о произошедшем событии. Какое мероприятие для СМИ вы организуете в первую очередь?

- А. Пресс-конференцию;
- Б. Интервью с руководителем;
- В. Презентацию;

- 6. Какие вопросы являются ключевыми при описании акта коммуникации?
- 7. Какие проблемы можно назвать основными при формировании акта коммуникации?
- 8. В чем заключается работа PR-специалиста со СМИ?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Определите коммуникационный канал, по которому передаются слухи.

- А. Канал внутренних коммуникаций;
- Б. Канал формальных коммуникаций;
- В. Канал внешних коммуникаций;
- Г. Канал неформальных коммуникаций

2. Продвижение интересов организации через органы государственной власти осуществляется посредством:

- А. Адвокатирования;
- Б. Лоббирования;
- В. Пропаганды;
- Г. Политической рекламы.

3. Пакет документов для СМИ носит название:

- А. Портфолио;
- Б. Бэкграундер;
- В. Пресс-релиз;
- Г. Пресс-кит.

4. Выберите наиболее важный показатель эффективности проведения пресс-конференции:

- А. Количество пришедших журналистов;
- Б. количество и тон вышедших публикаций;
- В. Количество заданных вопросов;
- Г. Количество налаженных личных контактов с журналистами.

5. Коммуникационный аудит - это:

- А. Квалифицированный анализ деятельности, проводимый с целью устранения финансо-

вых проблем организации;

Б. Теория и практика управления коммуникациями организации с целью установления благоприятных отношений с общественностью;

В. Квалифицированный анализ, проводимый с целью выявления коммуникативных проблем, формирования предложений по их устранению и улучшению коммуникационной политики руководства;

Г. Мониторинг СМИ.

6. Как формируется имидж компании?

7. Какова роль PR-специалиста в разрешении кризисной ситуации?

8. Какие характеристики целевой аудитории необходимо учитывать при создании рекламы?

ОПК-2.2: способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов
Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
Показатель оценивания: способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Средства коммуникации, которые распространяют информацию об организации за ее счет, называются:

- А. Контролируемые средства массовой коммуникации;
- Б. Неконтролируемые средства массовой коммуникации;
- В. Средства межличностного общения;
- Г. Неформальные средства коммуникации.

2. Антикризисный PR - это:

- А. Специальная технология управления персоналом в период кризиса;
- Б. Технология построения коммуникационных процессов, предупреждающих проникновение в СМИ информации о наличии в организации проблем;
- В. Разработка специальных программ ведения бизнеса в условиях кризиса;
- Г. Специальная технология, направленная на сохранение публичного капитала фирмы, разрушаемого в условиях кризиса;

3. Из каких этапов состоит система «RACE»?

- А. Планирование, программирование, внедрение, контроль;
- Б. Целеполагание, бюджетирование, презентация, реализация;
- В. Исследование, действие, коммуникация, оценка;
- Г. Разработка сообщения, передача его адресату, интерпретация получателем, обратная

связь;

4. Отношения со СМИ являются важной составной частью деятельности специалиста по связям с общественностью, потому что:

- А.СМИ наиболее авторитетный источник информации, под влиянием которого формируются мнения общественности;
- Б.СМИ не проявляют интереса к организациям, PR-специалисты которых не инициируют общения с журналистами;
- В.Без участия PR-специалиста в СМИ будет отражаться исключительно негативная информация об организации;
- Г. На взаимодействие с данной аудиторией выделяются очень большие денежные средства и необходим строгий контроль их расходования;

5. Ваши слова неправильно интерпретировали в СМИ. Ваши действия?

- А.Вы можете замолчать эту ситуацию, надеясь, что она не вызовет общественного резонанса;
- Б.Вы должны подать заявление в суд на редакцию издания;
- В.Вы должны попросить официального опровержения в СМИ, если можете доказать это;
- Г.Достаточно потребовать извинений в устной форме;

6. Перечислите основной инструментарий BTL

7. Какие основные преимущества BTL-рекламы вы знаете?

8. Проведите сравнительный анализ сильных и слабых сторон ATL и BTL-рекламы.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Как ответственный за осуществление связей с общественностью в организации Вы приглашаете журналистов с целью презентации. Какие форматы мероприятий являются наиболее подходящими?

- А.Представление годового отчета о работе организации, открытое заседание руководителей;
- Б.Пресс-конференция, брифинг, пресс-тур;
- В.Пресс-тур, презентация, день открытых дверей;
- Г. Интервью с руководителем, празднование годовщины

2. Какой тип публикации требует обязательного согласования текста перед размещением его в СМИ?

- А.Репортаж;
- Б.Интервью;
- В.Объявление;
- Г.Статья

3. Вашей организации необходимо выявить диспропорции между предполагаемыми и реальными отношениями с целевыми аудиториями. Какой метод исследова-

ния следует выбрать?

- А. SWOT-анализ;
- Б. Коммуникационный аудит;
- В. SMART-анализ;
- Г. Маркетинговое исследование;

4. Обратная связь - это:

- А. Реакция получателя на сообщение источника коммуникации;
- Б. Взаимоотношения между источником и получателем;
- В. Канал коммуникации;
- В. Средство передачи информации;

5. Специалисты по связям с общественностью, которые определяют проблему, разрабатывают программу и принимают всю ответственность за ее реализацию, выполняют роль:

- А. Посредника по коммуникации;
- Б. Помощника в решении проблем;
- В. Временно исполняющего обязанности директора;
- Г. Эксперта-инструктора;

6. Какой смысл вкладывают в понятие «миссия» компании?

7. Какие элементы составляют комплекс продвижения?

8. Почему, на ваш взгляд, происходит снижение роли рекламы в современном обществе?

ОПК-2.3: Применяет навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Показатель оценивания: применяет навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Как соотносятся связи с общественностью и маркетинговая политика компании?

- А. Это две самостоятельные сферы;
- Б. Связи с общественностью - неотъемлемая часть маркетинговой политики компании, обеспечивающая развитие бизнеса;
- В. Это одно и то же;
- Г. Нет правильного ответа

2. Механистическая презентация предполагает:

- А. Простое перечисление коммивояжером характеристик товаров (монолог);

- Б. Устранение разногласий и возражений, возникающих у потенциальных покупателей;
- В. Интерактивное взаимодействие продавца (производителя) с конечным потребителем в целях продажи товаров;
- Г. Нет правильного ответа.

3. Внутренняя среда организации – это

- А. это группы людей, не принадлежащих организации, каждая из которых оказывает определенное воздействие на ее функционирование;
- Б. Объединение людей, совместно реализующих программу или цель и действующих на основе определенных правил и процедур;
- В. Часть общей среды, которая находится в рамках организации;
- Г. Нет правильного ответа

4. Характерной чертой восходящих коммуникаций можно считать:

- А. Прежде всего, они выполняют функцию оповещения о том, что делается на низших уровнях;
- Б. Восходящие коммуникации предполагают, что в коммуникацию вступают две или более группы людей, каждая из которых имеет свои собственные интересы;
- В. Восходящие коммуникации не связаны с иерархией организации;
- Г. Нет правильного ответа.

5. Фокус-группа - это:

- А. Групповая беседа, проходящая в форме дискуссии и направленная на получение от ее участников субъективной информации о том, как они воспринимают предмет обсуждения;
- Б. Опрос специалистов, занятых в интересующей области;
- В. Беседа с респондентами по телефону;
- Г. Ответ на вопросы анкеты в процессе личного контакта с респондентом;

6. Почему, на ваш взгляд, происходит снижение роли рекламы в современном обществе?

7. Объясните сходства и различия в организации специальных мероприятий в государственных и коммерческих организациях.

8. Назовите виды специальных мероприятий, используемых в политической сфере.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Медиа-карта необходима PR-специалисту для того чтобы:

- А. Помогать в налаживании дружественных отношений с журналистами;
- Б. иметь возможность быстро выбрать средство массовой коммуникации;
- В. При составлении медиаплана учитывать специфику и структуру каждого СМК;
- Г. Иметь возможность посещать семинары по медиа-технологиям;

2. В коммуникационном менеджменте выделяют несколько подходов к достижению согласия между организацией и общественностью. Определите, какая стратегия реализуется через *призыв оказать поддержку организации*?

- А. Стратегия альтруизма;
- Б. Стратегия аргументов;

В. Стратегия поддержки;

Г. Стратегия обмана;

3. Выберите правильную модель действий специалиста по связям с общественностью в условиях кризисной ситуации:

А. Уход от контактов со СМИ. → Маскировка проблем. → Опровержение информации в СМИ. → Аудит;

Б. Констатация кризиса. → Детальное разъяснение позиции руководства. → Информирование о ходе восстановления. → Возврат репутации, аудит;

В. Скрытие информации о проблеме. → Выдержка паузы. → Официальное признание сложившейся ситуации. → Восстановление репутации;

Г. Констатация кризиса. → Спускание ситуации «на тормозах»;

4. Контент-анализ относится к:

А. Общенаучным методам теории социальной коммуникации;

Б. Частнонаучным методам теории социальной коммуникации;

В. Конкретным методам теории социальной коммуникации;

Г. Нет правильного ответа

5. Контент-анализ представляет собой:

А. Метод сбора фактического материала;

Б. Качественно-количественный анализ содержания текстового массива в социологических целях;

В. Один из методов статистического анализа;

Г. Метод установления скрытых мотивов коммуникаторов.

6. Назовите типичные ошибки, совершаемые организацией при реагировании на кризис.

7. Определите условия эффективной маркетинговой коммуникации.

8. Какие требования предъявляются к выбору средств стимулирования сбыта?

ОПК-5.1: Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью); основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций
Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций;
Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с
Показатель оценивания: понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации включают:

А. Связи с общественностью, рекламу, стимулирование сбыта, прямой маркетинг, личные продажи;

Б. Личные продажи, продвижение продаж, рекламу, прямой маркетинг, спонсорство, выставки, фирменный стиль, упаковку, рекламу в месте продаж, словесные сообще-

ния, Интернет и новые медиа;

В. Личные продажи, рекламу, прямой маркетинг, спонсорство, выставки, фирменный стиль, Интернет;

Г. Рекламу, прямой маркетинг, фирменный стиль, упаковку, рекламу в месте продаж, словесные сообщения, Интернет и новые медиа.

2. Какая функция средств массовой коммуникации выходит на первый план в период выборов?

А. Информационная;

Б. Регулирующая;

В. Развлекательная;

Г. Мобилизационная.

3. Наиболее эффективным каналом коммуникации можно считать

А. Письмо;

Б. Разговор «лицом к лицу»;

В. Новости в печатных СМИ;

Г. Радио

4. Основной целью Public Relations является:

А. Достижение взаимопонимания;

Б. Поиск новых партнёров;

В. Продвижение продукта;

Г. Управление процессом

5. Коммуникационная политика – это:

А. Широкомасштабная и долгосрочная программа главнейших коммуникационных целей

фирмы в рамках её маркетинговой стратегии;

Б. Взаимосвязь четырёх основных элементов маркетинговых коммуникаций: рекламы, публичных отношений, стимулирования сбыта и прямого маркетинга;

В. Совокупность стратегических долгосрочных установок фирмы в сфере осуществления её коммуникаций в рамках её маркетинговой политики;

Г. Нет правильного ответа

6. Вы являетесь менеджером по связям с общественностью в крупной клинике. Ваш бывший клиент сообщил журналисту, что заразился в вашей клинике серьезным инфекционным заболеванием. Журналист позвонил вам с просьбой прокомментировать заявление. Ваши действия в кризисной ситуации.

7. Приведите примеры, когда крупные фирмы оказывают спонсорскую поддержку в каких-либо мероприятиях. Проанализируйте другие средства PR, которые используют эти компании для формирования своего имиджа.

8. Вспомните два телевизионных рекламных ролика, которые Вам особенно запомнились. Проанализируйте их с целью определить, почему они такие запоминающиеся.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Паблсити – это:

А. Одна из форм PR, неличное, как правило, неоплачиваемое коммуникатором

стимулирование спроса на его товар или услугу посредством распространения о них

коммерчески важных сведений в СМИ;

Б. Широкомасштабная и долгосрочная программа главнейших коммуникационных целей

фирмы в рамках её маркетинговой стратегии;

В. Торговая марка, регистрируемая одновременно со словесным торговым знаком и используемая для защиты от подражания;

Г. Нет правильного ответа

2. Маркетинговые коммуникации включают:

А. Рекламу и публич рилейшнз;

Б. Личные продажи;

В. Мероприятия по стимулированию сбыта;

Г. Все перечисленные элементы

3. В систему маркетинговых коммуникаций не входят:

А. Стимулирование сбыта;

Б. Личные продажи;

В. Реклама;

Г. Ценообразование

4. К какому типу маркетинговых коммуникаций относятся бонусы?

А. Стимулирование сбыта;

Б. Личные продажи;

В. Реклама;

Г. Ценообразование;

Д. Связи с общественностью

5. Определите правильную последовательность элементов базовой модели коммуникации

А. Сообщение-источник-канал-получатель-эффект

Б. Канал-сообщение-источник-получатель-эффект

В. Источник-сообщение-канал-получатель-эффект

Г. Источник-сообщение-канал-эффект-получатель

6. Вспомните два телевизионных рекламных ролика, которые Вам особенно запомнились. Проанализируйте их с целью определить, почему они такие запоминающиеся.

7. Стиральный порошок «Омо» давно известен широкому кругу потребителей и успешно конкурирует на рынке с другими марками. Предприятие, выпускающее «Омо», стремится сделать многих потребителей постоянными покупателями. Какие методы стимулирования сбыта вы могли бы предложить производителю?

8. Наметьте программу совершенствования обслуживания клиентов как способа стимулирования повторного приобретения услуг парикмахерской.

ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа-
Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эф-
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения

Показатель оценивания: осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Вариант 1

1. Какова роль PR-специалиста в разрешении кризисной ситуации?
2. Проанализируйте и выделите структурные элементы рекламного сообщения, размещенного в материалах прессы.
3. Какие характеристики целевой аудитории необходимо учитывать при создании рекламы?
4. Всем известно, что участие в выставках и ярмарках является дорогим удовольствием. Перечислите статьи бюджета выставочной деятельности. На каких из статей можно, а на каких нельзя ни при каких условиях экономить? Обоснуйте ответ.
5. Какие символы используются для кодирования рекламного сообщения?
6. Сформулируйте влияние демократических и рыночных реформ и принципов на Public Relations.
7. Перечислите основной инструментарий BTL.
8. Назовите и проанализируйте особенности рекламы в прессе.

Вариант 2.

1. Назовите функции рекламы в интегрированных коммуникациях.
2. Установлено, что полиглот, владеющий не одним иностранным языком, легче усваивает другие языки. Как вы думаете, чем можно объяснить этот факт? Объясните значение слова полиглот, используя Толковый словарь иноязычных слов.
3. В чем состоит отличие стратегического планирования от медиапланирования?
4. Опишите основные модели коммуникации. Что есть общего и специфического в моделях? В чем состоят их достоинства и недостатки?
5. Какой смысл вкладывают в понятие «миссия» компании?
6. Прокомментируйте точку зрения канадского ученого Г. М. Мак-Люэна, согласно которой The medium is the message («средство и есть сообщение»). Что, на ваш взгляд, важнее — содержание сообщения или средство передачи сообщения (алфавит, пресса, электронные СМИ)?
7. Какие элементы составляют комплекс продвижения?
8. Почему понятие информации неоднозначно? Прокомментируйте эти определения: Информация — это то, что уменьшает неопределенность (Claude Shannon), Информация — это то, что изменяет нас (Gregory Bateson).

ОПК-5.3: Применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакомму-

Владеть: навыками учета тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности

Показатель оценивания: применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Вариант 1

1. Почему, на ваш взгляд, происходит снижение роли рекламы в современном обществе?
2. Проанализируйте 2-3 рекламных телевизионных ролика, определите, почему сообщение воспринимается как ценное, информативное. Всегда ли это происходит? Обратите внимание на то, что рекламная информация неизменно имеет своего адресата (целевую аудиторию: домохозяйки, обеспеченные люди, подростки, дети, нездоровые люди и т. д.).
3. Объясните сходства и различия в организации специальных мероприятий в государственных и коммерческих организациях.
4. Проанализируйте одно рекламное сообщение, обращая внимание на такие параметры, как новизна, доступность, оригинальность, избыточность информации. Какие вербальные и невербальные средства использованы для воздействия на потенциального клиента?
5. Назовите виды специальных мероприятий, используемых в политической сфере.
6. Назовите типичные ошибки, совершаемые организацией при реагировании на кризис.
7. Стратегическая самопрезентация является специфическим средством воздействия на людей. Покажите это на примере известных политических деятелей (поведенческие тактики, речевые стратегии).
8. Определите условия эффективной маркетинговой коммуникации.

Вариант 2.

1. Дайте характеристику основных типов групп. К какому типу относится группа, в которой вы обучаетесь?
2. Какие требования предъявляются к выбору средств стимулирования сбыта?
3. Аудитория представляет важный элемент в структуре массовой коммуникации. Дайте характеристику аудитории любого печатного издания или радио- и телепрограммы, используя такие показатели, как размеры, социальный состав (пол, возраст, образование, семейный статус, доходы, профессиональные и национальные признаки), специализация, географическое расположение.
4. Приведите примеры манипулятивного воздействия радио- и телевизионных передач на сознание обывателя.
5. Проанализируйте теле- или радиоинтервью или беседу и определите, каким образом вопросы и ответы рассчитаны на косвенного адресата — зрителя или слушателя.
6. Рассмотрите особенности одной из форм деловой коммуникации (совещание, собрание, конференция и др.), используя следующие критерии: 1. цель проведения (зачем?), 2. контингент участников (кто? с кем? для кого?), 3. регламент (сколько времени?), 4. коммуникативные средства реализации намерений (как?), 5. организация коммуникативного пространства (где?), 6. ожидаемый результат (какой?).
7. В ходе речевого взаимодействия человеку приходится «проигрывать» широкий репертуар ролей, требующих определенного речевого поведения. Об этом писал В. Шекспир: «Весь мир — театр, В нем женщины, мужчины — все актеры. У них свои есть выходы, уходы, И каждый не одну играет роль».

Согласны ли вы с этим утверждением? Подтвердите свою точку зрения конкретными примерами.

8. Определите преимущества и недостатки выставки и ярмарки как рекламного средства.

Вопросы к зачету

1. Интеграция коммуникаций как характеристика современного информационного пространства.
2. Основные составляющие маркетинговых коммуникаций.
3. Характеристика основных видов интегрированных коммуникаций и их роли в современном обществе.
4. Интегрированные коммуникации: определение, структурные компоненты.
5. Управленческая сущность интегрированных коммуникаций.
6. Понятие коммуникационного пространства.
7. Коммуникативная среда, социально-коммуникативная среда, рекламная среда, среда связей с общественностью.
8. Формирование коммуникативной среды.
9. Коммуникативная компетентность специалиста.
10. Социологическое обеспечение интегрированных коммуникаций.
11. Цели и задачи эмпирических социологических исследований в интегрированных коммуникациях.
12. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
13. Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций и программы ИМК.
14. Взаимосвязь стратегии маркетинговых коммуникаций с корпоративной стратегией развития бизнеса.
15. Основные принципы организации информационной политики компании.
16. Процесс планирования коммуникационной политики компании.
17. Информационный аудит и концепция информационной политики организации.
18. Информационный капитал и нематериальные активы бизнеса.
19. Паблик рилейшнз – эффективный элемент комплекса маркетинговых коммуникаций.
20. Понятие имиджа и репутации. Значение имиджа для предприятия.
21. Фирменный стиль как основное средство формирования благоприятного имиджа.
22. Корпоративная (организационная) культура как основное средство формирования фирменного стиля.
23. Комплексная модель оценки эффективности интегрированных коммуникаций.
24. Определение социально-психологической (коммуникативной) эффективности рекламы.
25. Определение социально-психологической эффективности мероприятий паблик рилейшнз.
26. Базисный субъект и сущность интегрированных коммуникаций.

Вопросы к экзамену

1. Корпоративная репутация как паблиситный капитал компании.
 2. Корпоративная философия и миссия организации.
 3. Цели и процедуры разработки миссии.
 4. Корпоративная ответственность организации перед обществом.
 5. Группы корпоративной аудиторией.
 6. Позиционирование компании на рынке. Функции и роли корпоративного позиционирования.
 7. Понятие и структура корпоративной культуры.
 8. Роль корпоративного кодекса. Принципы взаимодействия с персоналом.
-

9. Инструменты интегрированных коммуникаций: ATL-реклама, BTL-реклама.
10. Основные направления социологических исследований в маркетинговых коммуникациях.
11. Методы исследования корпоративной культуры.
12. Методы исследования восприятия имиджа внешней аудиторией.
13. Паблицитная кампания в структуре интегрированной коммуникационной стратегии.
14. Коммуникационные технологии работы с персоналом.
15. Логика построения коммуникативной стратегии.
16. Модульные технологии в реализации коммуникационных проектов.
17. Креативные технологии в интегрированных коммуникациях.
18. Современные тенденции и перспективы развития интегрированных коммуникаций.
19. Специфика работы с институциализированными и неинституциализированными инвесторами.
20. Организация и проведение собраний акционеров.
21. Факторы влияния корпоративных новостей на рыночную стоимость компании.
22. Сущность коммуникации в системе государственного управления, их виды и функции. Содержание коммуникаций органов власти с населением (G2P).
23. Использование информационных технологий для обеспечения свободного доступа граждан к информации органов государственной власти и местного самоуправления.
24. Государственные информационно-управленческие системы класса «электронное государство» и их составляющие.
25. Интегрированные коммуникации в политической сфере.
26. Манипулирование и политическая реклама.
27. Внутренние и внешние связи между организациями «третьего сектора» (S2S), частными лицами (S2P), органов государственной власти (S2G).
28. Особенности взаимодействия некоммерческих организаций со СМИ.
29. Социальная реклама.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет и экзамен проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Управление персоналом организации»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.1: понимает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Знать: основы регуляции поведения индивида, основные способы самоорганизации, механизмы применения принципов социальной ответственности при осуществлении профессиональной деятельности
Уметь: пользоваться специальной литературой с целью практического применения содержащихся в ней знаний для разрешения вопросов профессиональной деятельности, применять знания в области организационного поведения для анализа собственного поведения в конкретных организационных ситуациях
Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности, планирования собственного времени и карьеры
Показатель оценивания: интерпретация принципов социальной ответственности применительно к организационным ситуациям и использование теоретических знаний для самоорганизации и планирования профессионального развития
ОПК-7.3: демонстрирует навыки прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: основные подходы к анализу трудового результата, исследования в области регуляции поведения индивида в организационной среде, основные способы самоорганизации и прогнозирования деятельности в профессиональной области
Уметь: анализировать эмпирический материал, теоретические обзоры, преобразовывать информацию для использования в профессиональной деятельности, формулировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам организации коммуникационного взаимодействия с учетом соблюдения принципов социальной ответственности
Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации для составления прогнозов по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: прогнозирование эффектов и последствий профессиональной деятельности с позиций социальной ответственности на основе анализа теоретических и эмпирических данных
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1: понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
Показатель оценивания: социальное взаимодействие на основе определения типа команды и ключевых факторов ее формирования
УК-3.2: действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других

Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Показатель оценивания: принятие этически обоснованных решений в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
УК-3.3: распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
Показатель оценивания: умение распределять роли в команде с учётом условий взаимодействия при выполнении совместных задач.

Шкала оценивания – для экзамена: отлично, хорошо, удовлетворительно, не удовлетворительно

Критерии оценивания:

Оценка «отлично». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо». Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно». Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ОПК-7.1: понимает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Знать: основы регуляции поведения индивида, основные способы самоорганизации, механизмы применения принципов социальной ответственности при осуществлении профессиональной деятельности
Уметь: пользоваться специальной литературой с целью практического применения содержащихся в ней знаний для разрешения вопросов профессиональной деятельности, применять знания в области организационного поведения для анализа собственного поведения в конкретных организационных ситуациях

Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности, планирования собственного времени и карьеры

Показатель оценивания: интерпретация принципов социальной ответственности применительно к организационным ситуациям и использование теоретических знаний для самоорганизации и планирования профессионального развития

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какое управленческое действие не относится к функциям менеджмента персонала?

- А. планирование;
- Б. прогнозирование;
- В. составление отчетов;
- Г. организация.

2. Управленческий персонал включает:

- А. вспомогательных рабочих;
- Б. сезонных рабочих;
- В. руководителей, специалистов;
- Г. основных рабочих.

3. Японскому менеджменту персонала не относится:

- А. пожизненный наем на работу;
- Б. принципы старшинства при оплате и назначении;
- В. неформальный контроль;
- Г. продвижение по карьерной иерархии зависит от профессионализма и успешно выполненных задач, а не от возраста рабочего или стажа.

4. С какими дисциплинами не связана система наук о труде и персонале?

- А. "Экономика труда";
- Б. "Транспортные системы";
- В. "Физиология труда";
- Г. "Социология труда".

Выполните задания на соответствие

5. Соотнесите действие HR-специалиста (левая колонка) с тем типовым негативным эффектом (последствием), к которому это действие наиболее часто приводит в организационной практике (правая колонка).

Действие HR-специалиста	Типовой негативный эффект
1. Внедрение «вечного» испытательного срока для всех новичков без четких критериев оценки.	А. Эффект «группового эгоизма» (подразделения начинают конкурировать за ресурсы в ущерб общей стратегии).

2. Премирование только за личные КРІ, игнорируя вклад в успех смежных отделов.	Б. Эффект «выученной беспомощности» (сотрудники перестают проявлять инициативу, так как все равно получают отказ).
3. Введение жесткого регламента согласования любого решения с 5 уровнями руководства.	В. Эффект «текучки адаптантов» (сотрудники увольняются сразу после окончания срока, не чувствуя справедливости оценки).
4. Регулярное привлечение сотрудников к сверхурочной работе без компенсации.	Г. Эффект «профессионального выгорания» (снижение продуктивности и рост абсентеизма).

6. HR-специалист столкнулся с этическими дилеммами. Соотнесите способ самоорганизации (что он должен сделать в первую очередь) с принципом социальной ответственности, который он нарушил (или хочет соблюсти).

Принцип СО, требующий внимания	Способ самоорганизации (Практическое действие)
1. Принцип прозрачности (информационная открытость).	А. Ежеквартально пересматривать свою должностную инструкцию и карту компетенций, чтобы не брать на себя функции, с которыми не справляешься.
2. Принцип компетентности (профессиональная ответственность).	Б. Ввести в свой еженедельный чек-лист пункт «сбор обратной связи от уволенных сотрудников» для анализа причин.
3. Принцип справедливости (равное отношение).	В. Завести дневник профессиональных решений и записывать туда аргументы «ЗА» и «ПРОТИВ» при сокращении позиций, чтобы избежать эмоций.
4. Принцип лояльности (приверженность интересам компании).	Г. Перед объявлением нового приказа публиковать его проект на корпоративном портале для общественного обсуждения в течение 3 дней.

Решите задачи

7. Исходные данные. В городе численность населения составляет 120 тыс. человек, коэффициент прироста населения в базисном периоде 100 промилле, доля трудовых ресурсов — 50%.

Постановка задачи. Определите перспективную численность населения и трудовых ресурсов на начало планируемого периода при условии неизменности доли трудовых ресурсов в населении города.

8. Исходные данные и постановка задачи. Определите численность трудовых ресурсов города, если численность населения в трудоспособном возрасте 750 тыс. человек, среди них инвалидов I и II группы трудоспособного возраста 10 тыс., численность работающих подростков до 16 лет — 15 тыс., работающих лиц старше трудоспособного возраста — 55 тыс.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Функции управления персоналом представляют собой:

- А. комплекс направлений и подходов работы с кадрами, ориентированный на удовлетворение производственных и социальных потребностей предприятия;
- Б. комплекс направлений и подходов по повышению эффективности функционирования предприятия;
- В. комплекс направлений и подходов по увеличению уставного фонда организации;
- Г. комплекс направлений и мероприятий по снижению себестоимости продукции.

2. Потенциал специалиста – это:

- А. совокупность возможностей, знаний, опыта, устремлений и потребностей;
- Б. здоровье человека;
- В. способность адаптироваться к новым условиям;
- Г. способность человека производить продукцию

3. Горизонтальное перемещение рабочего предусматривает такую ситуацию:

- А. переводение с одной работы на другую с изменением заработной платы или уровня ответственности;
- Б. переводение с одной работы на другую без изменения заработной ты или уровня ответственности;
- В. освобождение рабочего;
- Г. повышение рабочего в должности.

4. Профессиограмма - это:

- А. перечень прав и обязанностей работников;
- Б. описание общетрудовых и специальных умений каждого работника на предприятии;
- В. это описание особенностей определенной профессии, раскрывающее содержание профессионального труда, а также требования, предъявляемые к человеку.
- Г. перечень всех профессий.

Выполните задания на соответствие

5. В левой колонке описаны способы регуляции поведения индивида согласно теории организационного поведения. В правой — фразы HR-менеджера. Определите, какой способ регуляции иллюстрирует каждая фраза.

Способ регуляции поведения	Фраза / Позиция HR-менеджера
1. Моральная регуляция (опирается на совесть и чувство долга).	А. «Если мы не внедрим этот дресс-код, клиенты не будут нас воспринимать всерьез, и мы потеряем бонусы».
2. Административная регуляция (опирается на страх наказания).	Б. «Я остаюсь сегодня допоздна, потому что пообещал новичку помочь с отчетом, хотя меня никто не контролирует».

3. Регуляция через групповые нормы (опирается на давление коллектива).	В. «Согласно пункту 7.2 правил внутреннего распорядка, за нарушение сроков сдачи отчетов следует выговор».
4. Регуляция через экономический интерес (опирается на материальную выгоду).	Г. «В нашем отделе так принято: если кто-то опаздывает — он закидывает в общую кассу 500 рублей на пиццу для всех».

6. Специалист по управлению персоналом планирует свое развитие на 2 года вперед. Соотнесите его цель в области саморазвития с тем типом литературы/информации, которую ему следует изучить в первую очередь (чтобы применить принципы СО и самоорганизации).

Цель саморазвития (Что хочу получить?)	Тип источника информации (Что читать/изучать?)
1. Научиться прогнозировать социально-психологические последствия массового сокращения (уровень стресса, саботаж).	А. Внутренний аналитический отчет компании за прошлые периоды с данными по текучести и результатами exit-интервью (эмпирика).
2. Разработать личную систему тайм-менеджмента, чтобы уделять время стратегическим задачам, а не «тушению пожаров».	Б. Профессиональные форумы и телеграм-каналы практиков с живыми кейсами по бережливому производству в HR.
3. Освоить навыки медиации, чтобы разрешать конфликты между поколениями (Baby Boomers и Z) цивилизованно.	В. Научные статьи по организационной психологии о конструктивном поведении в стрессовых условиях (теория).
4. Понять, как оптимизировать процессы подбора, не нарушая этических норм (без дискриминации по возрасту).	Г. Специализированная литература по конфликтологии и переговорным техникам (практические алгоритмы).

Решите задачи

7. Исходные данные и постановка задачи. Определите численность населения в трудоспособном возрасте к концу планируемого года, если его численность на начало планируемого года составила 1 млн. человек, численность населения, вступающего в трудоспособный возраст, — 30 тыс.; численность населения, выходящего за пределы трудоспособного возраста, — 22 тыс.; число умерших в трудоспособном возрасте — 5 тыс., механический прирост населения в трудоспособном возрасте — 3 тыс.

8. Исходные данные. Численность трудоспособного населения области на начало гола составила 1 млн. человек, работающих лиц пенсионного возраста и подростков до 16 лет — 40 тыс.

В течение года в составе трудоспособного населения произошли следующие изменения вступило в рабочий возраст 250 тыс. человек, прибыло из других областей 90 тыс., вовлечено для работы в народном хозяйстве 20 тыс. пенсионеров, перешло в пенсионный возраст, на инвалидность и умерло 200 тыс. человек трудоспособного возраста, 15 тыс. пенсионеров перестали работать; выбыло в другие регионы 75 тыс. человек трудоспособного возраста

Постановка задачи. Определите численность трудовых ресурсов на начало и конец года, естественный, механический и общий прирост трудовых ресурсов, а также соответствующие коэффициенты движения трудовых ресурсов.

ОПК-7.3: демонстрирует навыки прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: основные подходы к анализу трудового результата, исследования в области регуляции поведения индивида в организационной среде, основные способы самоорганизации и прогнозирования деятельности в профессиональной области
Уметь: анализировать эмпирический материал, теоретические обзоры, преобразовывать информацию для использования в профессиональной деятельности, формулировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам организации коммуникационного взаимодействия с учетом соблюдения принципов социальной ответственности
Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации для составления прогнозов по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: прогнозирование эффектов и последствий профессиональной деятельности с позиций социальной ответственности на основе анализа теоретических и эмпирических данных

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Латентный период конфликта характеризуется такой особенностью:

- А. стороны еще не заявили о своих претензиях друг к другу;
- Б. одна из сторон признает себя побежденной или достигается перемирие;
- В. публичное выявление антагонизма как для самих сторон конфликта, так и для посторонних наблюдателей;
- Г. отсутствуют внешние агрессивные действия между конфликтующими сторонами, но при этом используются косвенные способы воздействия.

2. Стил ь поведения в конфликтной ситуации, характеризующийся активной борьбой индивида за свои интересы, применением всех доступных ему средств для достижения поставленных целей – это:

- А. приспособление, уступчивость;
- Б. уклонение;
- В. противоборство, конкуренция;
- Г. компромисс.

3. Комплексная оценка работы - это:

- А. определение совокупности оценочных показателей качества, сложности и эффективности работы и сравнение с предыдущими периодами с помощью весовых коэффициентов;
- Б. оценка профессиональных знаний, привычек и уровня интеллекта с помощью контрольных вопросов;
- В. определение профессиональных знаний и привычек с помощью специальных тестов с их дальнейшей расшифровкой.
- Г. оценка профессиональных знаний, привычек и уровня интеллекта с помощью социологических опросов.

4. Коллегиальность в управлении - это ситуация, когда:

- А. только руководитель организации может управлять персоналом, но некоторые полномочия он может делегировать своим подчиненным;

- Б. существует децентрализация управления организацией;
- В. работодатели работают в тесном контакте друг с другом и связаны узами сотрудничества и взаимозависимости, составляют управленческий штат
- Г. существует централизация управления организацией.

Выполните задания на соответствие

5. Соотнесите теоретический подход к регуляции поведения индивида (левая колонка) с тем, какой долгосрочный социальный эффект (последствие для организации) возникнет, если HR-департамент сделает ставку исключительно на этот подход в своей кадровой политике.

Теоретический подход (Акцент в управлении)	Прогнозируемый эффект / Последствие (через 1-2 года)
1. Поведенческий бихевиоризм (акцент исключительно на системе поощрений/наказаний «стимул-реакция»).	А. Эффект «организационной шизофрении» (декларируемые ценности компании расходятся с реальными действиями руководства, падение доверия).
2. Теория социального научения (акцент на наблюдении за лидерами и копировании моделей поведения).	Б. Эффект «интеллектуального паралича» (сотрудники перестают генерировать идеи вне системы KPI, так как креативность не подкрепляется материально).
3. Экзистенциально-гуманистический подход (акцент на самореализации и смысле труда).	В. Эффект «кастовости» (формируются замкнутые группы по интересам, игнорирующие общие корпоративные задачи, так как менеджеры ведут себя по-разному).
4. Теория когнитивного диссонанса (акцент на согласованности слов и дел руководства).	Г. Эффект «размытой ответственности» (сотрудники воспринимают социальные проекты как личную инициативу, не связанную с бизнес-результатом, и быстро выгорают).

6. HR-директор готовится к процедуре оптимизации штатной численности (сокращению 15% персонала). Проанализируйте эмпирические симптомы в коллективе (левая колонка) и соотнесите их с наиболее вероятным прогнозом негативных последствий, если не применить принципы социальной ответственности при проведении сокращения.

Эмпирический симптом (Данные опросов / наблюдений)	Прогнозируемое последствие (Риск для организации)
1. Сотрудники возрастной группы 50+ демонстрируют высокую лояльность, но низкую цифровую грамотность.	А. Прогноз: «Утечка молчащего знания» — потеря уникальных технологических ноу-хау, которые не задокументированы.
2. Молодые специалисты (до 30 лет) имеют лучшие KPI, но слабые горизонтальные связи со смежными отделами.	Б. Прогноз: «Социальный резонанс» — массовые жалобы в трудовую инспекцию и судебные иски по фактам дискриминации по возрасту.
3. Отдел разработки обладает уникальным кодом, который не описан в регламентах, но все знают, "у кого лежит файл".	В. Прогноз: «Инфраструктурный коллапс» — взаимодействие между отделами нарушится, так как исчезнут неформальные коммуникаторы.

4. В компании исторически высокая доля неформальных коммуникаций (решения принимаются в кулуарах, а не в CRM).

Г. Прогноз: «Синдром потерянной преемственности» — сокращение опытных наставников приведет к падению качества работы новичков в ближайшие полгода.

Решите задачи

7. Компания увольняет 10 пенсионеров (предпенсионеров) и нанимает 10 стажеров с зарплатой на 20 000 руб. меньше (экономия 200 000 руб./мес). Известно, что каждый несправедливо уволенный пенсионер подает иск в суд. Средние судебные издержки компании за 1 выигранное (чаще проигранное) дело — 150 000 руб., плюс штраф 50 000 руб.

Задание: Рассчитайте прогнозный чистый убыток от этой замены за 1 месяц судебных разбирательств (с учетом того, что иски подадут все 10). Спрогнозируйте, какой принцип СО нарушен.

8. HR ввел премию в 50 000 руб. только для менеджера, чей отдел выполнил план на 120%. Отдел «А» выполнил план, а отдел «Б» — нет. Для выполнения плана в следующем квартале отделу «Б» (5 человек) не хватает помощи отдела «А» (общая выручка 10 млн руб.). Отказ от горизонтального взаимодействия снижает общую выручку компании на 5%.

Задание: Рассчитайте прогнозные потери компании от падения выручки и соотнесите с эффектом регуляции поведения.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какая теория мотивации относится к процессуальным теориям?

- А. теория ожидания В. Врума;
- Б. теория приобретенных потребностей Д. МакКлеланда;
- В. теория существования, связи и роста К. Альдерфера;
- Г. теория двух факторов Ф. Гецберга.

2. Валентность согласно теории В. Врума - это:

- А. мера вознаграждения;
- Б. мера ожидания;
- В. мера ценности или приоритетности;
- Г. ожидание желаемого результата от затраченных дополнительных усилий.

3. Основным положением какой теории является то, что люди субъективно определяют отношение полученного вознаграждения к затраченным усилиям и соотносят с вознаграждением других людей?

- А. теории нужд А. Маслоу;
- Б. расширенной модели ожидания Портера — Лоулера;
- В. теории приобретенных потребностей Д. Мак-Клеланда;
- Г. теории равенства С. Адамса.

4. Теория усиления Б. Ф. Скиннера основанная на таком положении:

- А. поведение людей обусловлено последствиями их деятельности в подобной ситуации в прошлом;
- Б. все потребности человека расположенные в определенной иерархии;

- В. потребность человека основана на справедливом вознаграждении;
 Г. наличие у рабочего потребности в достижении, в соучастии, во власти.

Выполните задания на соответствие

5. В левой колонке описаны типы самоорганизации HR-специалиста (как он планирует свое время и карьеру). В правой — прогноз профессиональных эффектов для его деятельности через 3 года. Соотнесите стиль самоорганизации с его этическим последствием.

Стиль самоорганизации HR-специалиста	Прогноз профессиональных эффектов (СО-последствия)
1. Реактивное планирование (действует только по факту запроса от руководства, не прогнозирует тренды).	А. Прогноз: «Утрата субъектности» — коллеги и руководство перестанут воспринимать HR как бизнес-партнера, сведут его роль к «отделу кадров».
2. Проактивное планирование (постоянно мониторит рынок, пересматривает свои навыки раз в квартал).	Б. Прогноз: «Конфликт поколений» — консервативные подходы к адаптации вызовут отторжение у зумеров и рост текучести среди молодых талантов.
3. Интуитивно-эвристическая самоорганизация (полагается на опыт и «чуйку», игнорируя эмпирические исследования).	В. Прогноз: «Карьерный экспоненциальный рост» — своевременное освоение навыков работы с Big Data в HR позволит стать незаменимым топ-менеджером.
4. Формально-бюрократическая самоорганизация (строго следует инструкциям, избегает инноваций).	Г. Прогноз: «Профессиональный тупик» — умение прогнозировать конфликты будет обесценено, так как решения будут приниматься задним числом, в условиях кризиса.

6. Вы (HR-директор) изучили теоретические обзоры о влиянии удаленной работы на организационную культуру. Соотнесите научный тезис (теория) с тем, какой практический прогноз для бизнеса вы должны сделать, чтобы соблюсти принципы социальной ответственности перед сотрудниками.

Теоретический тезис (Научные данные)	Практический прогноз (Ваше управленческое решение на будущее)
1. Теория социального присутствия гласит: снижение визуального контакта ослабляет эмоциональную связь с компанией.	А. Прогноз: Через 2 года потребуются полный пересмотр системы обучения, так как текущие треки неэффективны для цифрового поколения.
2. Эмпирические данные показывают: в удаленном формате падает скорость передачи неявных знаний (know-how).	Б. Прогноз: В течение года возникнет риск потери ключевых сотрудников из-за чувства изоляции, следовательно, надо внедрять обязательные офлайн-собрания (1 раз в месяц).
3. Исследования когнитивной нагрузки доказывают: многозадачность в онлайн снижает глубину мышления.	В. Прогноз: Для сохранения социальной справедливости необходимо пересмотреть систему грейдов, поскольку «цифровой след» не отражает реальный вклад.

4. Теория справедливости (Адамс) утверждает: сотрудники сравнивают свои усилия и вознаграждение с коллегами в офисе.	Г. Прогноз: Придется изменить формат отчетности с «количества часов» на «результат по проектам», иначе креативные задачи будут решаться поверхностно.
--	---

Решите задачи

7. Руководство отказывается от покупки новых защитных экранов для станков (экономия 300 000 руб.). Средняя стоимость лечения 1 сотрудника при травме — 200 000 руб. Вероятность травмы на старом оборудовании (по эмпирике прошлых лет) — 2 случая в год.

Задание: Рассчитайте ожидаемые финансовые потери от травматизма и сделайте прогноз, какой эффект (выгорание или страх) получит коллектив, если узнает об этой экономии.

8. Специалист тратит 2 часа в день на рутинные отчеты (Excel) вместо анализа данных. Он может купить курс по автоматизации за 15 000 руб. (изучить за 10 часов). После обучения он экономит 1,5 часа в день. Его ставка — 2 000 руб./час.

Задание: Рассчитайте срок окупаемости инвестиций в обучение (в рабочих днях) и спрогнозируйте эффект для его карьерного роста.

УК-3.1: понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
Показатель оценивания: социальное взаимодействие на основе определения типа команды и ключевых факторов ее формирования

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какое количество групп потребностей выделяет теоретическая модель мотивации

К. Альдерфера:

- А. две;
- Б. три;
- В. четыре;
- Г. шесть.

2. Средний уровень зарплаты одного работника рассчитывается:

- А. как отношение прибыли к себестоимости произведенной продукции;
- Б. как отношение себестоимости к стоимости товарной продукции;
- В. как отношение объема произведенной продукции к общей численности работников;
- Г. как отношение общего фонда оплаты труда к общей численности персонала.

3. Какой стиль руководства не включает модель, описывающая зависимость стиля руководства от ситуации, предложенная Т. Митчелом и Р. Хаусом?

- А. "инструментальный" стиль;
- Б. стиль ориентированный "на достижение";
- В. стиль руководства, ориентированный на участие подчиненных в принятии решений;

Г. стиль "предлагать".

4. Какой стиль лидерства не включает теория жизненного цикла П. Херси и К. Бланшара?

- А. стиль "давать указания";
- Б. "продавать указания";
- В. "информировать".
- Г. "делегировать";

Выполните задания на соответствие

5. В левой колонке перечислены типы команд в зависимости от структуры и задач. В правой — основные факторы, которые повлияли на формирование именно такого типа. Соотнесите тип команды с доминирующим фактором её создания.

Тип команды	Фактор формирования (Почему она возникла?)
1. Проектная команда (собрана под конкретную задачу).	А. Фактор территориальной распределенности (невозможность работать в одном офисе из-за географии).
2. Виртуальная команда (взаимодействие только через цифровые каналы).	Б. Фактор временного горизонта (задача имеет четкий дедлайн и разовый характер).
3. Самоуправляемая команда (без формального лидера, решения принимаются консенсусом).	В. Фактор кризисного управления (необходимость объединить усилия для быстрого выживания бизнеса).
4. Кросс-функциональная команда (включает специалистов разных профессий).	Г. Фактор компетентностного разнообразия (ни один специалист не обладает всей полнотой знаний для решения проблемы).

6. В левой колонке описаны характерные паттерны социального взаимодействия (как люди общаются и принимают решения). Соотнесите их с тем типом команды, для которого такое взаимодействие является наиболее типичным.

Паттерн социального взаимодействия	Тип команды
1. Высокая степень поляризации мнений; решение принимает наиболее авторитетный эксперт, остальные подчиняются.	А. Иерархическая команда (команда с жестким вертикальным управлением).
2. Постоянный обмен "быстрыми" сообщениями (чаты), отсутствие невербальных сигналов, высокая роль письменной фиксации договоренностей.	Б. Дискуссионная команда (команда, где ценятся навыки аргументации и публичных выступлений).
3. Каждый участник отвечает за свой участок работы, но итоговый результат зависит от синхронности действий всех звеньев цепи.	В. Виртуальная команда (цифровая среда взаимодействия).
4. Основной формат — групповое обсуждение, спикеры меняются, решения рождаются в процессе открытой полемики.	Г. Конвейерная/Процессная команда (последовательное выполнение операций).

Решите задачи

7. В компании сформирована команда из 10 человек. Из-за внутренней конкуренции (два неформальных лидера) команда раскололась на две фракции по 5 человек. Конфликт съедает 20% рабочего времени каждого сотрудника. Средняя часовая ставка сотрудника — 2 500 руб. В месяце 160 рабочих часов.

Задание:

Рассчитайте прямые финансовые потери компании от плохого социального взаимодействия за 1 месяц.

Основываясь на результате, определите, какой тип команды сформировался (опираясь на задание 2.2 из предыдущего блока) и какой фактор формирования здесь доминирует.

8. Виртуальная команда (6 человек, работают удаленно в разных часовых поясах) тратит на синхронизацию 20% времени. Если провести 2-дневную офлайн-встречу (стоимость поездки 300 000 руб. на всех), то эффективность взаимодействия вырастет, и время на синхронизацию сократится до 5%. Среднемесячный ФОТ команды — 1 500 000 руб.

Задание:

Рассчитайте, через сколько месяцев окупится инвестиция в живую встречу за счет экономии рабочего времени на коммуникации? (Считать, что месяц = 1 единица времени).

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что руководитель обладает специальными знаниями и компетенцией, которые позволят удовлетворить его потребности:

- А. власть, основанная на принуждении;
- Б. власть, основанная на вознаграждении;
- В. экспертная власть;
- Г. законная власть.

2. Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что влияющий имеет право отдавать приказание и что его долг подчиняться им:

- А. власть, основанная на вознаграждении;
- Б. экспертная власть;
- В. эталонная власть;
- Г. законная власть.

3. При каком виде власти характеристики и свойства, влияющего настолько привлекательны для исполнителя, что он хочет быть таким же как влияющий:

- А. власть, основанная на вознаграждении;
- Б. экспертная власть;

- В. эталонная власть;
- Г. законная власть.

4. Определение квалификации специалиста, уровня знаний либо отзыв о его способностях, деловых и иных качествах:

- А. аттестация;
- Б. дискриминация;
- В. должностная инструкция;
- Г. апробация.

Выполните задания на соответствие

5. Команды формируются под влиянием разных факторов: внешних (среда), внутренних (личностные характеристики) и организационных (регламенты). Соотнесите конкретный фактор с его типом (категорией). Это проверяет системное понимание командообразования.

Конкретный фактор формирования	Тип фактора (Категория)
1. Уровень психологической совместимости членов команды (темпераменты, ценности).	А. Организационно-управленческий фактор (зависит от руководства).
2. Система материального стимулирования, принятая в компании (премии за общий vs индивидуальный результат).	Б. Социально-психологический фактор (внутренние связи).
3. Степень неопределенности внешней рыночной среды (высокая турбулентность требует гибких команд).	В. Средовой / Внешний фактор (не зависит от воли команды).
4. Четкость должностных инструкций и регламентов взаимодействия между отделами.	Г. Мотивационно-целевой фактор (формирует поведение).

6. В левой колонке даны комплексы характеристик, описывающих команду (её цель, роли и принцип принятия решений). Соотнесите этот комплекс с типологией команды по классификации (например, по модели Такамана или по принципу управления).

1. Цель — проведение разовой маркетинговой акции. Состав собран из 3 разных отделов. Срок жизни — 2 месяца. Лидер назначается приказом директора.	А. Адхократическая команда (гибкая, собирается под задачу, быстрорастворимая).
2. Коллектив работает уже 5 лет в стабильном составе. Каждый знает сильные стороны другого. Решения принимаются на общих собраниях, руководитель — "первый среди равных".	Б. Команда "Звезд" (сборная талантливых одиночек, слабо связанных между собой).
3. В команде числятся 5 топ-экспертов в своей узкой области. Каждый работает авто-	В. Зрелая самоуправляемая команда (высокая автономия и взаимозаменяемость).

номно над своей частью, координируясь через проектного менеджера. Социальные связи минимальны.	
4. Формально это один отдел, но внутри выделяются два неформальных лидера, которые конкурируют. Взаимодействие построено на конфликте идей.	Г. Поляризованная команда (команда с внутренней фракционной борьбой).
1. Цель — проведение разовой маркетинговой акции. Состав собран из 3 разных отделов. Срок жизни — 2 месяца. Лидер назначается приказом директора.	А. Адхократическая команда (гибкая, собирается под задачу, быстрорастворимая).

Решите задачи

7. Известно, что при увеличении численности команды количество социальных связей (каналов связи) растет экспоненциально по формуле: $N * (N-1) / 2$. При этом каждый лишний канал связи требует 5 минут дополнительного времени в день на поддержание взаимодействия.

Задание:

Рассчитайте, на сколько минут в день увеличится общее время на социальное взаимодействие, если численность команды вырастет с 4 до 6 человек. Определите, к какому типу (малая/средняя) относится команда из 6 человек и какой фактор (управленческий или психологический) ограничивает её дальнейший рост.

8. В отделе продаж (12 человек) слабая коммуникация. HR провел опрос и выяснил, что среднее количество продуктивных горизонтальных контактов в неделю — 2. В эталонной команде, работающей как единый механизм, этот показатель равен 6 контактам в неделю. Экспертным путем установлено, что 1 дополнительный контакт повышает эффективность отдела на 1,5%. План продаж отдела — 10 000 000 руб. в месяц.

Задание:

Рассчитайте недополученную прибыль отдела за месяц из-за недостатка социального взаимодействия. Определите, какой фактор формирования (организационный или личностный) мешает контактам.

УК-3.2: действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Показатель оценивания: принятие этически обоснованных решений в направлении личностного, образовательного и профессионального роста

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Должностная инструкция на предприятии разрабатывается с целью:

- А. определение определенных квалификационных требований, обязанностей, прав и ответственности персонала предприятия;
- Б. отбора персонала для занимания определенной должности;
- В. согласно действующему законодательству;
- Г. достижения стратегических целей предприятия.

2. Изучение кадровой политики предприятий-конкурентов направленно:

- А. на разработку новых видов продукции;
- Б. на определение стратегического курса развития предприятия;
- В. на создание дополнительных рабочих мест;
- Г. на разработку эффективной кадровой политики своего предприятия.

3. Что включает инвестирование в человеческий капитал?

- А. вкладывание средств в новые технологии;
- Б. расходы на повышение квалификации персонала;
- В. вкладывание средств в строительство новых сооружений.
- Г. вкладывание средств в совершенствование организационной структуры предприятия.

4. Человеческий капитал - это:

- А. форма инвестирования в человека, т. е. затраты на общее и специальное образование, накопление суммы здоровья от рождения и через систему воспитания до работоспособного возраста, а также на экономически значимую мобильность.
- Б. нематериальные активы предприятия.
- В. материальные активы предприятия;
- Г. это совокупность форм и методов работы администрации, обеспечивающих эффективный результат.

Выполните задания на соответствие

5. В левой колонке перечислены этические принципы социального взаимодействия. В правой — конкретные действия HR-специалиста или руководителя. Соотнесите, какой принцип реализует каждое действие.

Этический принцип	Действие (Способ реализации)
1. Принцип уважения автономии личности (право на собственное мнение и выбор).	А. HR-директор переносит время совещания, так как трое сотрудников (другая культура) не могут участвовать из-за национального праздника, и проводит отдельный брифтинг для них.
2. Принцип справедливости (равное отношение к разным категориям).	Б. Руководитель дает сотруднику сложный проект, выходящий за рамки его должностной инструкции, объясняя это тем, что это «возможность для роста», хотя сам сотрудник просит помощи в обучении.

3. Принцип учета культурных особенностей (культурная сензитивность).	В. Менеджер проектной группы, выслушав всех участников (включая стажера), голосует за решение, с которым согласны 80% команды, а 20% (с иным мнением) просит подготовить альтернативный план «в запас» без давления.
4. Принцип субъектности развития (человек — главный автор своего роста).	Г. Руководитель распределяет премию по итогам проекта не поровну, а пропорционально реальным трудозатратам каждого, задокументированным в тайм-трекере.

6. Сотрудник стоит перед выбором — как поступить в сложной ситуации, чтобы не нарушить этику, но при этом развиваться профессионально. Соотнесите ситуацию выбора (левая колонка) с тем, как этот выбор повлияет на его личностный и профессиональный рост (правая колонка).

Ситуация (Этическая дилемма)	Влияние на рост (Траектория развития)
1. Сотрудник заметил, что его коллега присваивает себе чужие идеи на общих планерках. Сказать правду руководителю (риск испортить отношения) или промолчать (сохранить мир, но потерять репутацию автора).	А. Рост через эмпатию: Если настоять на своем варианте без учета мнения «цифрового» коллеги, можно потерять авторитет в глазах зумеров, что замедлит карьеру в долгосрочке. Придется учиться digital-коммуникации.
2. Руководитель предлагает сотруднику «быстрое» повышение, если тот поддержит его непопулярное решение (урезание соцпакета), хотя сотрудник знает, что это неэтично.	Б. Рост через коммуникацию: Придется освоить навык конструктивной обратной связи (инструмент «Сэндвич»), чтобы донести правду, не разрушив отношения. Это прокачает эмоциональный интеллект.
3. В команде смешанное поколение (бумеры и зумеры). Бумеры настаивают на личных встречах, зумеры — на асинхронной работе в чатах. Сотрудник (тимлид) должен выбрать формат.	В. Рост через интеграцию: Придется освоить навык «политического компромисса» и научиться отстаивать свою позицию публично. Это прямой путь в топ-менеджмент.
4. Сотруднику предложили курс повышения квалификации, но он построен на кейсах, которые противоречат его внутренним моральным ценностям (например, агрессивный маркетинг).	Г. Рост через рефлекссию: Честный отказ от «быстрой» выгоды разовьет личную зрелость и чувство собственного достоинства, что в будущем привлечет этических работодателей.

Решите задачи

7. В команде из 8 человек руководитель игнорирует мнение двух младших специалистов, принимая решения единолично. В результате эти сотрудники перестали вносить идеи. Эмпирически установлено, что каждый потерянный рацпредложение приносит компании упущенную выгоду в 50 000 руб. За месяц младшие специалисты перестали подавать 4 предложения (по 2 от каждого). Средняя зарплата каждого из них — 80 000 руб./мес.

Задание:

Рассчитайте, во сколько раз упущенная выгода компании превышает месячный ФОТ этих двух сотрудников. Спрогнозируйте, какой этический принцип нарушен и к чему это приведет для их профессионального роста.

8. Руководитель тратит 2 часа в неделю на изучение культурных особенностей и религиозных праздников своих сотрудников (в команде 4 разные национальности). Чтобы скорректировать график проектов под эти даты, он переносит 3 дедлайна, каждый перенос стоит компании 10 000 руб. (штрафы клиентам). Его часовая ставка — 3 000 руб.

Задание:

Рассчитайте ежемесячные затраты руководителя на проявление уважения к культуре других (за 4 недели) и сравните их со штрафами за переносы. Определите, является ли это этическое поведение экономически оправданным.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какой раздел не содержит должностная инструкция?

- А. "Общие положения";
- Б. "Основные задачи";
- В. "Управленческие полномочия";
- Г. "Выводы".

2. Интеллектуальные конфликты основаны:

- А. на столкновении приблизительно равных по силе, но противоположно направленных нужд, мотивов, интересов и увлечений в одного и того человека;
- Б. на столкновении вооруженных групп людей;
- В. на борьбе идей в науке, единстве и столкновении таких противоположностей, как истинное и ошибочное;
- Г. на противостоянии справедливости и несправедливости.

3. Конфликтная ситуация - это:

- А. столкновение интересов разных людей с агрессивными действиями;
- Б. предметы, люди, явления, события, отношения, которые необходимо привести к определенному равновесию для обеспечения комфортного состояния индивидов, которые находятся в поле этой ситуации;
- В. определение стадий конфликта;
- Г. противоречивые позиции сторон по поводу решения каких-либо вопросов.

4. На какой стадии конфликта появляется явное (визуальное) проявление острых разногласий, достигнутое в процессе конфликта:

- А. начало;
- Б. кульминация;
- В. окончание;
- Г. послеконфликтный синдром как психологический опыт.

Выполните задания на соответствие

5. Сотрудник ставит перед собой цели развития. Однако его цели могут вступать в противоречие с культурой или мнением команды. Соотнесите заявленную цель сотрудника с тем, какой этический принцип он обязан соблюсти, чтобы эта цель не разрушила командное взаимодействие.

Цель личностно-профессионального роста	Этический ограничитель (Принцип, который нельзя нарушать)
1. «Я хочу стать главным экспертом в отделе и добиться того, чтобы все приходило за консультацией только ко мне».	А. Принцип культурного релятивизма (нельзя навязывать свои «западные» практики коллективу, где ценятся коллективные обсуждения).
2. «Я планирую пройти MBA по западному образцу и внедрить жесткие системы оценки эффективности в нашем российском подразделении».	Б. Принцип неравенства возможностей (я должен давать шанс высказаться и развиваться другим членам команды, а не создавать монополию на знания).
3. «Я хочу перейти на удаленную работу, чтобы больше времени уделять самообразованию, игнорируя корпоративные тимбилдинги».	В. Принцип социальной фасилитации (мое обучение не должно мешать работе других, я обязан учитывать их производственные графики).
4. «Я хочу брать только самые сложные проекты, чтобы быстрее вырасти, отдавая простую рутину новичкам».	Г. Принцип ответственности за общий климат (реализуя свое право на гибкий график, я не имею права разрушать горизонтальные связи в коллективе).

6. В левой колонке описаны способы социального взаимодействия в конфликтной ситуации (как ведет себя сотрудник). В правой колонке — этическая оценка этого поведения с точки зрения личностного роста. Соотнесите стиль поведения с его последствиями для формирования зрелой личности.

Стиль поведения / Способ взаимодействия	Этическая оценка и прогноз для роста
1. Сотрудник в споре всегда использует ссылки на «авторитетов» (начальство, законы), подавляя аргументы оппонентов силой статуса.	А. Зона ближайшего развития: Он проявляет уважение к чужой культуре, расширяет свой кругозор. Это ведет к быстрому профессиональному росту за счет новых контактов.
2. Сотрудник, приняв решение, идет и объясняет мотивы даже тем, кто голосовал против, и предлагает им почетную роль «экспертов-наблюдателей».	Б. Этичный рост: Проявляет уважение к меньшинству и берет на себя ответственность за разъяснение, что развивает навыки убеждения без манипуляций.
3. Сотрудник, столкнувшись с мнением коллеги из другой национальной культуры, которое кажется ему нелогичным, вместо спора просит рассказать о его культурных традициях.	В. Коммуникативный инфантилизм: Использует власть вместо аргументов. Такой подход блокирует личностный рост, так как лишает навыка критического мышления.
4. Сотрудник видит, что его наставник дает ему устаревшие знания, но из уважения к возрасту наставника не говорит ему об этом и продолжает учиться «по старинке».	Г. Ложная толерантность: Уважение к возрасту здесь подменяет профессиональную критику. Это тормозит его собственный образовательный рост (знания устаревают).

Решите задачи

7. Сотрудник хочет быстрого карьерного роста. Он берет на себя все сложные задачи (перегрузка 20 часов в неделю сверхурочно), но при этом перекладывает свою рутину (отчеты) на стажера, нарушая его план развития. Оклад сотрудника — 150 000 руб. (1

час = 1 000 руб.). Стоимость выгорания и лечения стажера от стресса (в среднем по рынку) — 250 000 руб. за 6 месяцев.

Задание:

Рассчитайте, сколько сэкономит компании такой сотрудник на своей зарплате за 6 месяцев за счет переработок (без учета оплаты сверхурочных, считаем, что он работает бесплатно, экономя ФОТ), и сравните с потенциальными расходами на восстановление стажера. Какой этический принцип нарушен?

8. Опытный сотрудник тратит 3 часа в неделю на бесплатное наставничество над новичком, вместо того чтобы закрывать свои задачи и получать премию за переработку (его час стоит 2 500 руб.). Благодаря этому новичок через 3 месяца достигает полной продуктивности и начинает приносить компании прибыль в 100 000 руб. в месяц (вместо нуля). Обучение длилось 3 месяца.

Задание:

Рассчитайте финансовые потери наставника от отказа от переработок за 3 месяца и сравните их с прибылью, которую принес обученный новичок за первый месяц работы. Сделайте вывод об этической и экономической эффективности «помощи другому».

УК-3.3: распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
Показатель оценивания: умение распределять роли в команде с учётом условий взаимодействия при выполнении совместных задач.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какое количество вариантов руководства выделяет модель стилей руководства Врума-Йеттона:

- А. четыре;
- Б. пять;
- В. шесть;
- Г. семь.

2. Какой из пяти основных стилей руководства, согласно двухмерной модели поведения руководителя (управленческая решетка Блейка и Мутона), является самым эффективным?

- А. "Команда" (групповое управление);
- Б. "Дом отдыха – загородный клуб";
- В. "Власть – подчинение – задача";
- Г. "Посредине пути";

3. Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что влияющий имеет возможность удовлетворять его потребности:

- А. власть, основанная на вознаграждении;
- Б. экспертная власть;
- В. эталонная власть;
- Г. законная власть.

4. Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что влияющий имеет возможность заставлять и полное право наказывать:

- А. власть, основанная на принуждении;
- Б. власть, основанная на вознаграждении;
- В. экспертная власть;
- Г. законная власть.

Выполните задания на соответствие

5. В левой колонке перечислены командные роли (по классификации Белбина). В правой — конкретные условия взаимодействия, в которых эта роль становится критически важной. Соотнесите роль с условием, где она незаменима.

Командная роль	Условия взаимодействия (Когда эта роль наиболее востребована?)
1. «Генератор идей» (креативщик, предлагает нестандартные решения).	А. Жесткий дедлайн, команда "зависла" на обсуждении деталей — нужен тот, кто переведет разговор в практическую плоскость и скажет: "Делаем так, времени нет".
2. «Исполнитель» (практик, воплощающий планы в жизнь).	Б. Конфликт между членами команды, угроза срыва проекта — нужен посредник, который выслушает всех и снизит накал страстей.
3. «Дипломат» (миротворец, сглаживающий острые углы).	В. Кризисная ситуация, где старые методы не работают, — нужен "взрывной" мозговой штурм без оглядки на регламенты.
4. «Шейпер» (мотиватор, динамичный лидер, «зажигатель» команду).	Г. Рутинный, но масштабный проект с четкой технологической картой — нужен человек, который без лишних вопросов и фантазий доведет дело до конца.

6. Сотрудник должен оценить свои действия за прошедший день и перепланировать завтрашний график. Соотнесите метод оценки своих действий (левая колонка) с тем, как этот метод помогает в управлении временем (правая колонка).

Метод оценки своих действий	Как это помогает в планировании времени?
1. Метод «Хронометраж» (запись всех действий с точностью до 5 минут в течение дня).	А. Позволяет разделить дела на стратегические (личностный рост) и операционные (рутина) — помогает расставить приоритеты на завтра.
2. Метод «Матрица Эйзенхауэра» (распределение дел по степени важности и срочности).	Б. Позволяет понять, что было потрачено время на "чужую" работу, и делегировать эти задачи другим членам команды.

3. Метод «Анализ прерываний» (подсчет того, сколько раз вас отвлекали и кто это инициировал).	В. Выявляет «хронофагов» (поглотителей времени) — например, бессмысленные чаты. Завтра вы выделяете для них строгий тайм-бокс.
4. Метод «Рефлексия целей» (сравнение того, что сделано, с вашими долгосрочными целями развития).	Г. Дает фактическую базу для пересмотра норм времени на типовые задачи (вы понимаете, сколько реально времени уходит на отчет, а не как в инструкции).

Решите задачи

7. В команде из 4 человек над одним отчетом одновременно работают 2 аналитика (их роли пересекаются на 70%). Каждый тратит на отчет 20 часов. Стоимость часа аналитика — 3 000 руб. Если бы роли были четко разделены (один собирает данные, второй делает визуализацию), общее время сократилось бы до 30 часов на двоих.

Задание:

Рассчитайте перерасход бюджета на оплату труда аналитиков за один отчет из-за дублирования ролей. Спрогнозируйте, как это влияет на управление временем проекта.

8. Руководитель тратит 40% своего рабочего времени (8-часовой день) на «тушение пожаров» (внеплановые задачи), вместо того чтобы планировать стратегию. Средняя часовая ставка руководителя — 5 000 руб. Из-за отсутствия стратегического плана отдел теряет 20% потенциальной прибыли в месяц. Плановая прибыль отдела — 1 000 000 руб. в месяц.

Задание:

Рассчитайте упущенную выгоду отдела за месяц и сравните её со стоимостью рабочего времени, потраченного руководителем на «пожары». Какой метод планирования (еженедельное или ежедневное) мог бы снизить потери?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

5. Руководитель, имеющий достаточный объем власти, чтобы навязывать свою волю исполнителям.

- А. автократичный руководитель;
- Б. демократичный руководитель;
- В. либеральный руководитель;
- Г. инструментальный руководитель.

6. Конфликты в зависимости от способа разрешения, делятся на:

- А. социальные, национальные, этнические, межнациональные, организационные, эмоциональные;
- Б. антагонистические, компромиссные;
- В. вертикальные, горизонтальные;
- Г. внутриличностные, межличностные, внутригрупповые, межгрупповые.

7. Затраты на здравоохранение, воспитание, физическое формирование, интеллектуальное развитие, получение общего образования, приобретение специальности – это:

- А. инвестиции в строительство спортивных комплексов;
- Б. инвестиции в человеческий капитал;
- В. инвестиции в новые технологии;
- Г. инвестиции в учебно-оздоровительные комплексы.

8. Показатель, характеризуется изменением индексов цен на товары и услуги, которые входят в состав потребительских корзин минимального потребительского бюджета:

- А. индекс стоимости жизни;
- Б. индексы продукции сельского хозяйства;
- В. индексы продукции животноводства;
- Г. индексы продукции растениеводства.

Выполните задания на соответствие

5. В команде предстоит выполнить совместный проект. В левой колонке даны различные внешние условия. В правой — оптимальные способы распределения ролей с учетом этих условий. Соотнесите условие с правильным управленческим решением.

Условие командного взаимодействия	Оптимальное распределение ролей (Принцип)
1. Проект выполняется в условиях жесткого дефицита времени (неделя на выполнение полугодового объема).	А. Собрать команду равных экспертов, где решение принимается консенсусом (роль лидера — модератор). (Подходит при отсутствии турбулентности).
2. Команда территориально распределена (разные часовые пояса, нет возможности для "живых" встреч).	Б. Ввести роли "контролеров" и "нормоконтролеров" параллельно исполнителям, чтобы перепроверять качество в онлайн.
3. В проекте очень высокая степень неопределенности (меняется ТЗ каждые 3 дня).	В. Ввести роли "удаленных координаторов", которые фиксируют все договоренности в письменном виде (асинхронная работа).
4. В проекте работают специалисты разного уровня (синьоры и джуниоры) с большим разрывом в опыте.	Г. Распределить роли с жесткой иерархией: один "Шейпер" принимает решения, остальные — четкие исполнители без права вето.

6. Сотрудник уже распределил роли в команде, но теперь ему нужно оценить свои собственные действия (был ли он эффективен как распределитель). Соотнесите симптом проблемы в команде (левая колонка) с тем, какую ошибку в распределении ролей этот симптом выявляет (правая колонка).

Симптом в команде (Наблюдение)	Ошибка в распределении ролей / Оценка действий
--------------------------------	--

1. Все члены команды постоянно переспрашивают друг друга: "А кто это делает?", "Это ко мне или к нему?".	А. Ошибка: "Зона ответственности одного дублируется зоной другого". Надо перераспределить, чтобы у каждой задачи был ровно 1 владелец.
2. Один и тот же сотрудник хронически не успевает к дедлайнам, хотя технически он очень силен.	Б. Ошибка: "Слабое делегирование". Лидер оставил за собой всю стратегию и контроль, лишив команду автономии.
3. Руководитель проекта полностью выгорел за 2 недели, не успевая проверять все, что делают его подчиненные.	В. Ошибка: "Перегрузка эксперта". Ему дали роль "Генератора идей" + "Исполнителя" + "Контролера" одновременно.
4. Команда вместо работы постоянно спорит о том, как правильнее делать, и не может стартовать.	Г. Ошибка: "Отсутствие Шейпера" (мотиватора/решителя). В команде нет человека, который бы взял на себя функцию "Стоп! Делаем так".

Решите задачи

7. Руководитель тратит 5 часов в неделю на отчеты, которые может делать его подчиненный за 6 часов. Ставка руководителя — 4 000 руб./час, ставка подчиненного — 1 500 руб./час.

Задание:

Рассчитайте экономию бюджета за месяц (4 недели), если руководитель делегирует отчеты подчиненному. Определите, какие роли в команде при этом меняются (кто становится "контролером", а кто "исполнителем").

8. Один сотрудник выполняет в проекте одновременно 3 роли: аналитика, дизайнера и коммуникатора с заказчиком. В результате сроки по каждой роли сдвигаются на 20%. Проект длится 50 рабочих дней. Стоимость 1 дня задержки — 15 000 руб. (штрафы клиенту). Всего ролей три.

Задание:

Рассчитайте общую сумму штрафов за задержку из-за ролевой перегрузки. Предложите, как распределить роли между тремя разными людьми, чтобы снизить риски.

Вопросы к экзамену

1. Теории управления человеческими ресурсами: классические теории человеческих отношений, поведенческих наук (основные постулаты, представители).
2. Эволюция функций управления человеческими ресурсами в России и на Западе.
3. История теории и практики управления персоналом.
4. Философия управления персоналом.
5. Концепции управления персоналом.
6. Принципы управления персоналом.
7. Методы построения систем управления человеческими ресурсами.
8. Методы индивидуальной и групповой работы с персоналом.
9. Командные методы работы персонала.
10. Цели и функции системы управления персоналом
11. Кадровое и документационное обеспечение системы управления персоналом.
12. Информационное и техническое обеспечение системы управления персоналом.
13. Нормативно- методическое и правовое обеспечение системы управления персоналом.
14. Кадровая политика предприятия и стратегическое управление персоналом.

15. Источники найма персонала.
16. Отбор персонала. Деловая оценка персонала.
17. Профориентация и трудовая адаптация персонала.
18. Организация труда персонала.
19. Автоматизированные информационные технологии управления персоналом
20. Управление социальным развитием. Задачи социальной службы.
21. Организация обучения персонала.
22. Организация проведения аттестации персонала.
23. Управление кадровым резервом.
24. Нововведения в кадровой работе.
25. Преодоление сопротивления персонала нововведениям.
26. Теория поведения личности в организации.
27. Мотивация и стимулирование персонала.
28. Оплата труда персонала.
29. Профессиональная этика.
30. Организационная культура.
31. Управление конфликтами и стрессами.
32. Количественные и качественные показатели эффективности работы персонала.
33. Соотношение индивидуальных и коллективных показателей эффективности управления персоналом.
34. Показатели структуры персонала, текучести кадров.
35. Показатели производительности труда
36. Показатели эффективности обучения персонала.
37. Социальный пакет организации и его составляющие.
38. Современные концепции развития персонала: обучающаяся организация, управление знаниями.
39. Основные этапы процесса управления карьерой персонала.
40. Формирование кадрового резерва организации.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Экзамен проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Основы маркетинга»***



1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1 Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
УК-2.3 Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.3 Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач
Знать: основные приемы и технологии экономических наук
Уметь: использовать приемы и технологии экономических наук
Владеть: навыками использования методов экономических наук при решении профессиональных задач
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;
ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Знать: цели и задачи профессиональной деятельности в соответствии с социологическими данными и с запросами и потребностями общества;
Уметь: определять соответствие аудитории и канала коммуникации;
Владеть: навыками поиска рыночных ниш
ОПК-4.3 - Применяет навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Знать: особенности соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Уметь: интерпретировать результаты социологических данных под запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп в профессиональной деятельности.
Владеть: навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
ОПК-4.3 - Применяет навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Знать: особенности соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Уметь: интерпретировать результаты социологических данных под запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп в профессиональной деятельности.

Владеть: навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Критерии оценивания:

Оценка «отлично/зачтено». Доказывает глубокое знание содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения; умение: ориентироваться на рынке маркетинговой информации; грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; осуществить анализ рыночных параметров; разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.

Оценка «хорошо/зачтено». Доказывает знание содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения; умение: ориентироваться на рынке маркетинговой информации; грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; осуществить анализ рыночных параметров; разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. Допускаются незначительные неточности в расчетах при решении практических заданий.

Оценка «удовлетворительно/зачтено». Доказывает фрагментарное содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения; умение: ориентироваться на рынке маркетинговой информации; грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; осуществить анализ рыночных параметров; разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. Допускаются ошибки в расчетах при решении практических заданий, отсутствуют ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не удовлетворительно». Отсутствуют ответы на теоретические вопросы и/или решение практических заданий. Промежуточная аттестация проводится повторно.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-2.1 Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Сферой действия маркетинга являются:

- А) только поставщики
- Б) только потребители
- В) только оптовые и розничные торговцы
- Г) маркетинг отношений, организации, территории, места и др. сферы

2. Для какого периода было характерно маркетинговое управление процессом производства и продаж продукции?

- А) 1860-1930 гг.
- Б) 1930—1950 гг.
- В) 1960—1990 гг.
- Г) настоящее время

3. Концепция социально-этичного маркетинга провозглашает залогом достижения целей организации:

- А) ее способность обеспечить потребительскую удовлетворенность
- Б) долговременное благополучие потребителя
- В) долговременное благополучие общества в целом
- Г) все ответы верны

4. Задача:

В результате усиления конкурентной борьбы возможно следующее снижение цен: на изделие А – 15%, на изделие В – 8%.

Себестоимость единицы продукции составляет, соответственно, 450 и 570 руб.

Рентабельность выпускаемой продукции по изделию А – 15%, по изделию В – 22%.

Выпуск продукции в соответствии с заданием: А – 1274 шт., В – 1124 шт.

Определите общий объем потерь от возможного снижения цен.

5. Задача:

Правительство планирует в текущем году позволить создание дополнительных совместных предприятий по производству оборудования для машиностроительной отрасли.

Какую долю рынка потеряет страна, если сейчас функционирует 16 предприятий, 5 из которых созданы с участием иностранного капитала, а планируемое число вновь создаваемых предприятий – 2

6. Продолжите фразу: общественный маркетинг – это...

7. Продолжите фразу: отправной точкой маркетинговой деятельности является...

8. Практическая ситуация

Вы получили предложение от местной туристической фирмы стать ее сотрудником. Руководитель пояснил Вам, что, согласно опросам общественного мнения, многие граждане из других регионов хотели бы посетить места, которые являются символами Вашего края (или города, или села).

Какая сфера маркетинга здесь будет иметь наибольшее применение?

Приведите примеры, связанные со значимыми местами Вашего края, ставшими данной сферой маркетинга.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Система маркетинговой информации включает:

А) четыре системы: внутренней отчетности, внешней текущей маркетинговой информации, анализа маркетинговой ситуации, маркетинговых исследований

Б) только систему внутренней отчетности

В) только систему сбора внешней текущей маркетинговой информации

Г) только систему анализа маркетинговой ситуации

2. Если спрос на товар/услугу увеличивается, а его производство не меняется, то, вероятнее всего:

А) цена на товар не изменится

Б) цена на товар /услугу снизится

В) цена на товар/услугу возрастет

Г) нет правильного ответа

3. Рынок монополии характеризуется тем, что:

- А) на рынке множество продавцов
- Б) на рынке несколько продавцов
- В) на рынке несколько покупателей
- Г) на рынке один продавец

4. Задача:

Определите комплексный показатель обслуживания покупателей фирмой ОАО «Аметист», если анкетный опрос покупателей дал следующие результаты:

отличное обслуживание – 960 чел,
хорошее – 1870,
удовлетворительное – 290,
неудовлетворительное – 170.

5. Задание:

Ваша фирма по производству и продаже мясных полуфабрикатов планирует начать экспортировать свой товар в одну из следующих стран: Польша, Япония, Афганистан.

Составьте SWOT-анализ особенностей каждой из этих стран.

На основании выводов примите решение, в какую страну следует осуществлять экспорт товара.

6. Продолжите фразу: Сферой действия маркетинга является...**7. Практическая ситуация**

Вы получили предложение возглавить отдел по маркетингу одного из предприятий в Вашем городе (районе, поселке).

В первый же день работы один из сотрудников отдела обратился к Вам за советом: надо провести маркетинговые исследования среди студентов по поводу усовершенствования выпуска одного из гаджетов. «Что будет качественнее и объективнее отражать результаты, - спросил сотрудник, - анкетирование или полевое исследование?»

Дайте аргументированный совет сотруднику отдела.

8. Практическая ситуация

Вы получили предложение от местной туристической фирмы стать ее сотрудником. Руководитель пояснил Вам, что, согласно опросам общественного мнения, многие граждане из других регионов хотели бы посетить места, которые являются символами Вашего края (или города, или села).

Какая сфера маркетинга здесь будет иметь наибольшее применение?

УК-2.3 Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
Знать: основы командообразования Уметь: выявлять факторы формирования команд
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Принцип RCQ НЕ включает в себя...

- А) динамику изменений
- Б) охват
- В) качество
- Г)

затраты

2. В число подходов к ценообразованию включаются...

- А) установление цены по географическому признаку
- Б) установление цен со скидками
- В) установление дискриминационных цен
- Г) все

ответы

верны

3. Интернет –маркетинг НЕ включает следующее направление:

- А) использование цифровых технологий в процессах производства и обслуживания
- Б) отказ от дальнейшего развития интернет- технологий
- В) повышение безопасности для пользователей.
- Г) уделение внимания деталям, которые определяют положение фирмы на рынке в условиях высочайшей конкуренции

4. Программа «Цифровая экономика в Российской Федерации» предполагает:

- А) создание условий для развития общества знаний в Российской Федерации
- Б) повышение благосостояния и качества жизни граждан нашей страны путем повышения доступности и качества товаров и услуг, произведенных в цифровой экономике с использованием современных цифровых технологий
- В) повышения степени информированности и цифровой грамотности, улучшения доступности и качества государственных услуг для граждан, безопасности как внутри страны, так и за ее пределами
- Г) все ответы верны

5. Практическое задание:

Правительство приняло решение увеличить квоты на въезд в страну иностранных рабочих.

Как это решение повлияет на микро- и макросреду маркетинга?

Какие сферы экономики будут реагировать на это решение?

В чем это проявится?

Дополните свои выводы примерами по Вашему региону: что изменится на уровне микро- и макросреды маркетинга с увеличением количества иностранных рабочих в регионе?

Оформите ответ в качестве эссе.

6. Продолжите фразу: Основные этапы разработки нового товара – это...

7. Продолжите фразу: сущность маркетинга состоит в...

8. Практическая ситуация:

К Вам, как к специалисту по маркетингу, обратилась иностранная фирма, желающая продавать на российском рынке одежду люксовых брендов.

Подготовьте развернутый аналитический ответ, какой сегмент рынка может стать доминирующим для данной фирмы и какую стратегию позиционирования товара выбрать?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. По продолжительности использования и материальности товары включают в себя...

- А) товары кратковременного пользования
- Б) товары длительного пользования
- В) услуги
- Г) все ответы верны

2. К товарам повседневного спроса не относятся...

- А) продукты питания
- Б) зонт
- В) зимнее пальто
- Г) вчерашняя газета

3. Какой из этапов жизненного цикла товара является наиболее сложным для управления маркетингом?

- А) выведение на рынок
- Б) рост
- В) зрелость
- Г) упадок

4. Модель покупательского поведения включает:

- А) побудительные факторы маркетинга и другие побудительные факторы
- Б) «черный ящик» сознания покупателя
- В) ответные реакции покупателя
- Г) все ответы верны

5. Продолжите фразу: основными источниками в поиске информации о товаре/услуге являются...

6. Практическое задание:

Ваша фирма по производству и продаже мясных полуфабрикатов планирует начать экспортировать свой товар в одну из следующих стран: Польша, Беларусь, Афганистан.

Составьте SWOT-анализ особенностей каждой из этих стран.

На основании выводов примите решение, в какую страну следует осуществлять экспорт товара.

7. Продолжите фразу: бенчмаркинг – это...

8. Практическая ситуация:

В ходе исследований выяснилось, что один из товаров Вашей фирмы начал хуже продаваться из-за выхода нового товара-субститута конкурирующей фирмы.

С помощью чего можно вернуть Вашей фирме продажи, если учесть, что на разработку принципиально нового товара не может быть выделено дополнительных средств?

Предложите стратегию действий.

УК-9.3 Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач
Знать: основные приемы и технологии экономических наук
Уметь: использовать приемы и технологии экономических наук
Владеть: навыками использования методов экономических наук при решении профессиональных задач

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Решения о средствах распространения информации предполагают установление:

- А) широты охвата
 Б) силы воздействия рекламы
 В) отбор основных видов средств распространения информации
 Г) все ответы верны

2. План маркетинга - это:

- А) бизнес-план организации
 Б) внутрикорпоративный план
 В) специальный внутрифирменный документ, который позволяет сформулировать предпосылки, задачи и оптимальные стратегии продвижения товаров и услуг и максимизацию прибыли
 Г) все ответы неверны

3. Какие причины НЕ ограничивали использование маркетинга в отечественной практике:

- А) наличие государственной монополии
 Б) развитие рыночных отношений в экономике

В) отсутствие конкуренции

Г) преобладание дефицита, т.е. “рынка производителя”

4. Программа «Цифровая экономика в Российской Федерации» предполагает:

А) создание условий для развития общества знаний в Российской Федерации

Б) повышение благосостояния и качества жизни граждан нашей страны путем повышения доступности и качества товаров и услуг, произведенных в цифровой экономике с использованием современных цифровых технологий

В) повышения степени информированности и цифровой грамотности, улучшения доступности и качества государственных услуг для граждан, безопасности как внутри страны, так и за ее пределами

Г) все ответы верны

5. Практическое задание:

Фирма, в которой нет отдела маркетинга, обратилась к Вам, как к специалисту, с вопросом: как защитить на рынке товар, находящийся на этапе поздней зрелости, продажи которого снижаются. На складе образуются излишки.

Какие рекомендации Вы можете предложить фирме с тем, чтобы предотвратить «дыхание» товара?

6. Дополните фразу: к классическим инструментам маркетинговых исследований относятся...

7. Дополните фразу: по времени восприятия новинок потребители делятся на...

8. Практическая ситуация:

Экологи и представители гражданского общества Вашего региона обратились в областную администрацию с просьбой рассмотреть проблему мусорных свалок.

Вопрос состоял в том, что при отсутствии мусороперерабатывающего завода в регионе назревает экологическая катастрофа.

Администрация издала постановление, в котором потребовала от предприятий региона принятия комплексных мер по снижению объемов отходов самих предприятий и будущих отходов от их товаров.

Вы, как руководитель отдела маркетинга фирмы, производящей кондитерские изделия, получили задание от руководства: разработать концепцию, какой должна быть современная упаковка, отвечающая требованиям экологического сообщества?

Как совместить эффективную действенность традиционной упаковки с минимализмом, характерным для современного потребителя и актуальными вопросами экологического характера?

Предложите возможный план действий.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Сферой действия маркетинга являются:

А) только поставщики

Б) только потребители

В) только оптовые и розничные торговцы

Г) маркетинг отношений, организации, территории, места и др. сферы

2. Всеобщая формула обмена, по Карлу Марксу, это:

- А) T -D
- Б) T –D-T
- В) D-T-D/
- Г) все ответы неверны

3. Какое из перечисленных событий можно отнести к проявлениям микросреды маркетинга?

- А) принятие закона о повышении НДС
- Б) решение фирмы о создании нового продукта
- В) повышение уровня безработицы
- Г) возрастание цен на бензин

4. Продолжите утверждение: Система маркетинговой информации включает в себя...**5. Продолжите утверждение: Если спрос на товар/услугу увеличивается, а его производство не меняется, то цена...****6. Практическая задание:**

Маркетинговое планирование является важнейшей задачей специалистов этой сферы. Одной из составных частей планирования является реализация маркетинговой стратегии, включающая маркетинг-микс.

Каким образом, используя набор инструментов маркетинг-микса – 4Р, можно воздействовать на спрос, предъявляемый на товар вашей фирмы?

Представьте, в качестве эссе, конкретное содержание маркетинг-микса, применяемое при разработке комплекса маркетинга.

7. Практическая ситуация:

Вы работаете в крупной фирме по продаже компьютерной техники. Недавно руководством было принято решение о снижении цен на продукцию. В результате, спрос на товар вырос.

Фирма-конкурент ответила большим снижением цен, вследствие чего, часть покупателей перестала приобретать продукцию вашей фирмы.

Какое, с точки зрения маркетинга, решение Вы можете предложить руководству в сложившейся ситуации?

Изложите свои аргументы по возвращению статуса-кво.

8. Задача:

Примите решение по выбору канала товародвижения, пользуясь критерием эффективности (затратоотдачи):

1. канал нулевого уровня:
 - расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией собственной розничной торговой сети = 168 тыс. руб.;
 - издержки обращения (оптово-сбытовые и розничные) = 100 тыс. руб.;
 - прибыль от реализации товаров = 500 тыс. руб.;
2. одноуровневый канал (прямые связи с розничной торговлей):
 - издержки обращения (оптово-сбытовые, транспортные) = 60 тыс. руб.;

- прибыль = 318 тыс. руб.;
- 3. двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику):
- издержки обращения (сбытовые) = 58 тыс. руб.;
- прибыль = 120 тыс. руб.

ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Знать: цели и задачи профессиональной деятельности в соответствии с социологическими данными и с запросами и потребностями общества;
Уметь: определять соответствие аудитории и канала коммуникации;
Владеть: выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Сферой действия маркетинга являются:

- А) только поставщики
- Б) только потребители
- В) только оптовые и розничные торговцы
- Г) маркетинг отношений, организации, территории, места и др. сферы

2. Для какого периода было характерно маркетинговое управление процессом производства и продаж продукции?

- А) 1860-1930 гг.
- Б) 1930—1950 гг.
- В) 1960—1990 гг.
- Г) настоящее время

3. Концепция социально-этичного маркетинга провозглашает залогом достижения целей организации:

- А) ее способность обеспечить потребительскую удовлетворенность

- Б) долговременное благополучие потребителя
- В) долговременное благополучие общества в целом
- Г) все ответы верны

4. Задача:

В результате усиления конкурентной борьбы возможно следующее снижение цен: на изделие А – 15%, на изделие В – 8%.

Себестоимость единицы продукции составляет, соответственно, 450 и 570 руб.

Рентабельность выпускаемой продукции по изделию А – 15%, по изделию В – 22%.

Выпуск продукции в соответствии с заданием: А – 1274 шт., В – 1124 шт.

Определите общий объем потерь от возможного снижения цен.

5. Задача:

Правительство планирует в текущем году позволить создание дополнительных совместных предприятий по производству оборудования для машиностроительной отрасли.

Какую долю рынка потеряет страна, если сейчас функционирует 16 предприятий, 5 из которых созданы с участием иностранного капитала, а планируемое число вновь создаваемых предприятий – 2

6. Продолжите фразу: общественный маркетинг – это...

7. Продолжите фразу: отправной точкой маркетинговой деятельности является...

8. Практическая ситуация

Вы получили предложение от местной туристической фирмы стать ее сотрудником. Руководитель пояснил Вам, что, согласно опросам общественного мнения, многие граждане из других регионов хотели бы посетить места, которые являются символами Вашего края (или города, или села).

Какая сфера маркетинга здесь будет иметь наибольшее применение?

Приведите примеры, связанные со значимыми местами Вашего края, ставшими данной сферой маркетинга.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Система маркетинговой информации включает:

- А) четыре системы: внутренней отчетности, внешней текущей маркетинговой информации, анализа маркетинговой ситуации,

маркетинговых исследований

- Б) только систему внутренней отчетности
- В) только систему сбора внешней текущей маркетинговой информации
- Г) только систему анализа маркетинговой ситуации

2. Если спрос на товар/услугу увеличивается, а его производство не меняется, то, вероятнее всего:

- А) цена на товар не изменится
- Б) цена на товар /услугу снизится
- В) цена на товар/услугу возрастет
- Г) нет правильного ответа

3. Рынок монополии характеризуется тем, что:

- А) на рынке множество продавцов
- Б) на рынке несколько продавцов
- В) на рынке несколько покупателей
- Г) на рынке один продавец

4. Задача:

Определите комплексный показатель обслуживания покупателей фирмой ОАО «Аметист», если анкетный опрос покупателей дал следующие результаты:

отличное обслуживание – 960 чел,
хорошее – 1870,
удовлетворительное – 290,
неудовлетворительное – 170.

5. Задание:

Ваша фирма по производству и продаже мясных полуфабрикатов планирует начать экспортировать свой товар в одну из следующих стран: Польша, Япония, Афганистан.

Составьте SWOT-анализ особенностей каждой из этих стран.

На основании выводов примите решение, в какую страну следует осуществлять экспорт товара.

6. Продолжите фразу: Сферой действия маркетинга является...

7. Практическая ситуация

Вы получили предложение возглавить отдел по маркетингу одного из предприятий в Вашем городе (районе, поселке).

В первый же день работы один из сотрудников отдела обратился к Вам за советом: надо провести маркетинговые исследования среди студентов по поводу усовершенствования выпуска одного из гаджетов. «Что будет качественнее и объективнее отражать результаты, - спросил сотрудник, - анкетирование или полевое исследование?»

Дайте аргументированный совет сотруднику отдела.

8. Практическая ситуация

Вы получили предложение от местной туристической фирмы стать ее сотрудником. Руководитель пояснил Вам, что, согласно опросам общественного мнения, многие граждане из других регионов хотели бы посетить места, которые являются символами Вашего края (или города, или села).

Какая сфера маркетинга здесь будет иметь наибольшее применение?

ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Знать: особенности организации коммуникаций, основные механизмы взаимосвязи поведения сотрудников и эффективности организации;
Уметь: выстраивать эффективные корпоративные коммуникационные каналы и использовать современные технические средства передачи информации, вести подготовку рекламных продуктов;
Владеть: навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций и связей с общественностью, навыками эффективного общения в профессиональной деятельности.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Принцип RCQ НЕ включает в себя...

- А) динамику изменений
- Б) охват
- В) качество
- Г)

затраты

2. В число подходов к ценообразованию включаются...

- А) установление цены по географическому признаку
- Б) установление цен со скидками
- В) установление дискриминационных цен
- Г)

все

ответы

верны

3. Интернет –маркетинг НЕ включает следующее направление:

- А) использование цифровых технологий в процессах производства и обслуживания
- Б) отказ от дальнейшего развития интернет- технологий
- В) повышение безопасности для пользователей.

Г) уделение внимания деталям, которые определяют положение фирмы на рынке в условиях высочайшей конкуренции

4. Программа «Цифровая экономика в Российской Федерации» предполагает:

- А) создание условий для развития общества знаний в Российской Федерации
- Б) повышение благосостояния и качества жизни граждан нашей страны путем повышения доступности и качества товаров и услуг, произведенных в цифровой экономике с использованием современных цифровых технологий
- В) повышения степени информированности и цифровой грамотности, улучшения доступности и качества государственных услуг для граждан, безопасности как внутри страны, так и за ее пределами
- Г) все ответы верны

5. Практическое задание:

Правительство приняло решение увеличить квоты на въезд в страну иностранных рабочих.

Как это решение повлияет на микро- и макросреду маркетинга?

Какие сферы экономики будут реагировать на это решение?

В чем это проявится?

Дополните свои выводы примерами по Вашему региону: что изменится на уровне микро- и макросреды маркетинга с увеличением количества иностранных рабочих в регионе?

Оформите ответ в качестве эссе.

6. Продолжите фразу: Основные этапы разработки нового товара – это...

7. Продолжите фразу: сущность маркетинга состоит в...

8. Практическая ситуация:

К Вам, как к специалисту по маркетингу, обратилась иностранная фирма, желающая продавать на российском рынке одежду люксовых брендов.

Подготовьте развернутый аналитический ответ, какой сегмент рынка может стать доминирующим для данной фирмы и какую стратегию позиционирования товара выбрать?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. По продолжительности использования и материальности товары включают в себя...

- А) товары кратковременного пользования
- Б) товары длительного пользования
- В) услуги
- Г) все ответы верны

2. К товарам повседневного спроса не относятся...

- А) продукты питания
- Б) зонт

В) зимнее пальто

Г)

вчерашня

газета

3. Какой из этапов жизненного цикла товара является наиболее сложным для управления маркетингом?

А) выведение на рынок

Б) рост

В) зрелость

Г) упадок

4. Модель покупательского поведения включает:

А) побудительные факторы маркетинга и другие побудительные факторы

Б) «черный ящик» сознания покупателя

В) ответные реакции покупателя

Г)

все

ответы

верны

5. Продолжите фразу: основными источниками в поиске информации о товаре/услуге являются...

6. Практическое задание:

Ваша фирма по производству и продаже мясных полуфабрикатов планирует начать экспортировать свой товар в одну из следующих стран: Польша, Беларусь, Афганистан.

Составьте SWOT-анализ особенностей каждой из этих стран.

На основании выводов примите решение, в какую страну следует осуществлять экспорт товара.

7. Продолжите фразу: бенчмаркинг – это...

8. Практическая ситуация:

В ходе исследований выяснилось, что один из товаров Вашей фирмы начал хуже продаваться из-за выхода нового товара-субститута конкурирующей фирмы.

С помощью чего можно вернуть Вашей фирме продажи, если учесть, что на разработку принципиально нового товара не может быть выделено дополнительных средств?

Предложите стратегию действий.

ОПК-4.3 - Применяет навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Знать: особенности соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Уметь: интерпретировать результаты социологических данных под запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп в профессиональной деятельности.
Владеть: навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Сферой действия маркетинга являются:

- А) только поставщики
- Б) только потребители
- В) только оптовые и розничные торговцы
- Г) маркетинг отношений, организации, территории, места и др. сферы

2. Система маркетинговой информации включает:

- А) четыре системы: внутренней отчетности, внешней текущей маркетинговой информации, анализа маркетинговой ситуации, маркетинговых исследований
- Б) только систему внутренней отчетности
- В) только систему сбора внешней текущей маркетинговой информации
- Г) только систему анализа маркетинговой ситуации

3. Верно ли, что одним из распространенных инструментов маркетинговых исследований является анкетирование?

- А) да, верно
- Б) нет, неверно
- В) нет такого инструмента маркетингового исследования
- Г) все ответы неверны

4. Если спрос на товар/услугу увеличивается, а его производство не меняется, то, вероятнее всего:

- А) цена на товар не изменится
- Б) цена на товар /услугу снизится
- В) цена на товар/услугу возрастет
- Г) нет правильного ответа

5. Дополните фразу: по времени восприятия новинок потребители делятся на...**6. Дополните фразу: к классическим инструментам маркетинговых исследований относятся...****7. Практическое задание:**

Фирма, в которой нет отдела маркетинга, обратилась к Вам, как к специалисту, с вопросом: как защитить на рынке товар, находящийся на этапе поздней зрелости, продажи которого снижаются. На складе образуются излишки.

Какие рекомендации Вы можете предложить фирме с тем, чтобы предотвратить «дыхление» товара?

8. Практическая ситуация:

Экологи и представители гражданского общества Вашего региона обратились в областную администрацию с просьбой рассмотреть проблему мусорных свалок.

Вопрос состоял в том, что при отсутствии мусороперерабатывающего завода в регионе назревает экологическая катастрофа.

Администрация издала постановление, в котором потребовала от предприятий региона принятия комплексных мер по снижению объемов отходов самих предприятий и будущих отходов от их товаров.

Вы, как руководитель отдела маркетинга фирмы, производящей кондитерские

изделия, получили задание от руководства: разработать концепцию, какой должна быть современная упаковка, отвечающая требованиям экологического сообщества?

Как совместить эффективную действенность традиционной упаковки с минимализмом, характерным для современного потребителя и актуальными вопросами экологического характера?

Предложите возможный план действий.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Сферой действия маркетинга являются:

- А) только поставщики
- Б) только потребители
- В) только оптовые и розничные торговцы
- Г) маркетинг отношений, организации, территории, места и др. сферы

2. Всеобщая формула обмена, по Карлу Марксу, это:

- А) T -D
- Б) T –D-T
- В) D-T-D/
- Г) все ответы неверны

3. Какое из перечисленных событий можно отнести к проявлениям микросреды маркетинга?

- А) принятие закона о повышении НДС
- Б) решение фирмы о создании нового продукта
- В) повышение уровня безработицы
- Г) возрастание цен на бензин

4. Продолжите утверждение: Система маркетинговой информации включает в себя...

5. Продолжите утверждение: Если спрос на товар/услугу увеличивается, а его производство не меняется, то цена...

6. Практическая задание:

Маркетинговое планирование является важнейшей задачей специалистов этой сферы. Одной из составных частей планирования является реализация маркетинговой стратегии, включающая маркетинг-микс.

Каким образом, используя набор инструментов маркетинг-микса – 4Р, можно воздействовать на спрос, предъявляемый на товар вашей фирмы?

Представьте, в качестве эссе, конкретное содержание маркетинг-микса, применяемое при разработке комплекса маркетинга.

7. Практическая ситуация:

Вы работаете в крупной фирме по продаже компьютерной техники. Недавно руководством было принято решение о снижении цен на продукцию. В результате, спрос на товар вырос.

Фирма-конкурент ответила большим снижением цен, вследствие чего, часть покупателей перестала приобретать продукцию вашей фирмы.

Какое, с точки зрения маркетинга, решение Вы можете предложить руководству в сложившейся ситуации?

Изложите свои аргументы по возвращению статуса-кво.

8. Задача:

Примите решение по выбору канала товародвижения, пользуясь критерием эффективности (затратоотдачи):

1. канал нулевого уровня:
 - расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией собственной розничной торговой сети = 168 тыс. руб.;
 - издержки обращения (оптово-сбытовые и розничные) = 100 тыс. руб.;
 - прибыль от реализации товаров = 500 тыс. руб.;
 2. одноуровневый канал (прямые связи с розничной торговлей):
 - издержки обращения (оптово-сбытовые, транспортные) = 60 тыс. руб.;
 - прибыль = 318 тыс. руб.;
 3. двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику):
 - издержки обращения (сбытовые) = 58 тыс. руб.;
 - прибыль = 120 тыс. руб.
-

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Физическая культура и спорт»



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни
УК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья
Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
УК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Шкала оценивания – «зачтено», «не зачтено»

Критерии оценивания:

Оценка «зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «не зачтено». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **К специфическим методам физического воспитания относятся:**
 - А. методы строго регламентированного упражнения;
 - Б. соревновательный метод;
 - В. игровой метод;
 - Г. методы наглядного воздействия.

2. **Что такое шейпинг?**
 - А. система упражнений в циклических видах спорта, связанных с проявлением выносливости (ходьба, бег, плавание и т.п.), направленная на повышение функциональных возможностей сердечно-сосудистой и дыхательной систем;
 - Б. это программа из 30 упражнений для женщин, выполняемых в основном в изометрическом режиме и вызывающих активность глубоко расположенных мышечных групп;
 - В. это система физических упражнений (преимущественно силовых) для женщин, направленная на коррекцию фигуры и улучшение функционального состояния человека.

3. **Назовите объективные факторы обучения студентов:**
 - А. среда жизнедеятельности и учебного труда студентов;
 - Б. пол;
 - В. состояние здоровья;
 - Г. темп учебной деятельности.

4. **Что понимают под техникой двигательного действия?**
 - А. это наиболее красивый способ выполнения движения;
 - Б. это наиболее целесообразный способ выполнения движения;
 - В. это способ выполнения движения, учитывающий индивидуальные особенности занимающихся.

5. **Разучивание – это какой этап в обучении движениям?**
 - А. первый этап обучения;
 - Б. второй этап обучения;
 - В. третий этап обучения.

6. **Что такое двигательное умение?**
 - А. такая степень владения техникой действия, которая отличается повышенной концентрацией внимания на отдельные составные операции и нестабильными способами решения двигательной задачи;
 - Б. такая степень владения техникой действия, при которой управление движениями происходит автоматизировано и действия отличаются высокой надежностью.

7. **Что оценивается с помощью Гарвардского степ-теста?**
 - А. физическая работоспособность;
 - Б. состояние переутомления или заболевания;
 - В. восстановительные процессы после дозированной мышечной работы.

8. **Укажите один из видов педагогического контроля:**
 - А. перманентный;
 - Б. оперативный;
 - В. контроль за техникой упражнения.

Вариант 2

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Назовите основные средства воспитания силовых способностей:**
 - А. упражнения с весом внешних предметов;

- Б. упражнения с использованием внешней среды;
- В. упражнения с использованием сопротивления упругих предметов;
- Г. изометрические упражнения;

2. Что такое быстрота?

- А. способность быстро, точно, целесообразно, экономно решать двигательные задачи;
- Б. комплекс функциональных свойств человека, непосредственно и по преимуществу определяющих скоростные характеристики движений, а также двигательной реакции.
- В. упражнения с использованием тренажерных устройств общего типа.

3. Что такое физическая подготовка?

- А. это процесс развития силы;
- Б. это процесс развития физической работоспособности;
- В. это направленный процесс развития физических качеств, необходимых для успешной спортивной деятельности.

4. Что понимают под гибкостью человека?

- А. способность выполнять «шпагат»;
- Б. способность выполнять «мостик»;
- В. способность выполнять движения с большой амплитудой.

5. В какой части урока решаются задачи формирования жизненно необходимых и спортивных навыков, развития волевых и физических качеств занимающихся?

- А. в подготовительной;
- Б. в основной;
- В. в заключительной.

6. С помощью какого прибора определяется жизненная емкость легких?

- А. с помощью динамометра;
- Б. с помощью спирометра;
- В. с помощью секундомера.

7. Субъективные данные самоконтроля:

- А. пульс;
- Б. самочувствие;
- В. массателю;
- Г. сон.

8. Что такое производственная гимнастика?

- А. это физические упражнения перед началом работы для сокращения времени встраивания;
- Б. это физические упражнения, проводимые при появлении первых признаков утомления;
- В. это физические упражнения в режиме рабочего дня для повышения профессиональной работоспособности, снятия утомления и профилактики профессиональных заболеваний;
- Г. это физические упражнения для устранения застойных явлений в мышцах.

УК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для про-

Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья

Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности

Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основным средством физического воспитания является:

- А. легкоатлетический бег;
- Б. плавание;
- В. игра в футбол;
- Г. физические упражнения.

2. Принцип физического воспитания предполагает постепенное повышение требований к занимающимся

- А. принцип доступности и индивидуальности;
- Б. принцип систематичности;
- В. принцип динамичности;
- Г. принцип сознательности и активности;

3. Что такое физическая подготовка?

- Г. это процесс развития силы;
- Д. это процесс развития физической работоспособности;
- Е. это направленный процесс развития физических качеств, необходимых для успешной спортивной деятельности.

4. Что понимают под гибкостью человека?

- Г. способность выполнять «шпагат»;
- Д. способность выполнять «мостик»;
- Е. способность выполнять движения с большой амплитудой.

5. В какой части урока решаются задачи формирования жизненно необходимых и спортивных навыков, развития волевых и физических качеств занимающихся?

- Г. в подготовительной;
- Д. в основной;
- Е. в заключительной.

6. С помощью какого прибора определяется жизненная емкость легких?

- Г. с помощью динамометра;
- Д. с помощью спирометра;
- Е. с помощью секундомера.

7. Что является целью самоконтроля?

- А. приобретение навыков в оценивании психофизической подготовки;
- Б. ознакомление с простейшими доступными методиками самоконтроля;
- В. самостоятельные регулярные наблюдения простыми и доступными способами за физическим развитием, состоянием своего организма, влиянием на него физических упражнений или конкретного вида спорта.

8. Что понимают под выносливостью человека?

- А. способность пробегать дистанцию более 3 км;
 - Б. способность длительно выполнять физическую работу умеренной мощности;
 - В. способность успешно выполнять движения, несмотря на наступающее утомление;
- способность пробегать дистанцию более 5 км.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Что такое производственная гимнастика?

- А. это физические упражнения перед началом работы для сокращения времени вработывания;
- Б. это физические упражнения, проводимые при появлении первых признаков утомления;
- В. это физические упражнения в режиме рабочего дня для повышения профессиональной работоспособности, снятия утомления и профилактики профессиональных заболеваний;
- Г. это физические упражнения для устранения застойных явлений в мышцах.

2. Субъективные данные самоконтроля:

- Д. пульс;
- Е. самочувствие;
- Ж. массажиста;
- З. сон.

3. Что такое производственная гимнастика?

- А. это физические упражнения перед началом работы для сокращения времени вработывания;
- Б. это физические упражнения, проводимые при появлении первых признаков утомления;
- В. это физические упражнения в режиме рабочего дня для повышения профессиональной работоспособности, снятия утомления и профилактики профессиональных заболеваний;
- Г. это физические упражнения для устранения застойных явлений в мышцах.

4. Субъективные данные самоконтроля:

- А. пульс;
- Б. самочувствие;
- В. массажиста;
- Г. сон.

5. Нарастание физической нагрузки в течение времени бывает:

- А. Линейное, ступенчатое, волнообразное
- Б. Прямое, короткое, прерывистое
- В. Непрерывное, длительное
- Г. Смешанное

6. Какой вид выносливости вырабатывает способность человека противостоять неспецифическому утомлению:

- А. Общая
- Б. Специальная
- В. Силовая
- Г. Скоростная

7. Что способствует успеху в конкретном виде деятельности (вид спорта, профессия, военная подготовка):

- А. общая физическая подготовка
- Б. специальная физическая подготовка
- В. ежедневные физические тренировки

8. Что является компонентами здорового образа жизни?

- А. Прием энергетических коктейлей
- Б. Походы в ночной клуб
- В. Правильное питание и режим дня

Г. Физические нагрузки и отказ от вредных привычек

УК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Физическими упражнениями называются...

- А. двигательные действия, с помощью которых развивают физические качества и укрепляют здоровье;
- Б. двигательные действия, дозируемые по величине нагрузки и продолжительности выполнения;
- В. формы двигательных действий, способствующие решению задач физического воспитания;
- Г. движения, выполняемые на уроках физической культуры и во время утренней гимнастики;

2. Нагрузка физических упражнений характеризуется...

- А. величиной их воздействия на организм;
- Б. подготовленностью занимающихся, их возрастом, состоянием здоровья, самочувствием во время занятий;
- В. временем и количеством повторений двигательных действий;
- Г. напряжений определенных мышечных групп;

3. Величина нагрузки физических упражнений обусловлена...

- А. степенью преодолеваемых при их выполнении трудностей;
- Б. сочетанием объема и интенсивности двигательных действий;
- В. частотой сердечных сокращений;
- Г. утомлений, возникающим в результате их выполнения;

4. Физическая подготовленность характеризуется:

- А. высокой устойчивостью организма к стрессовым ситуациям
- Б. уровнем развития физических качеств
- В. хорошим развитием систем дыхания и кровообращения
- Г. высокими результатами в учебной и трудовой деятельности

5. Укажите основное предназначение врачебного обследования:

- А. санитарно-просветительная работа и пропаганда физической культуры и спорта в вузе;
- Б. определение состояния здоровья студентов и распределение их по группам: основной, подготовительной и специальной;
- В. предупреждение спортивного травматизма и заболеваемости;
- Г. врачебно-педагогические наблюдения за студентами во время занятий и соревнований.

6. Отличительным признаком физической культуры является...

- А. воспитание физических качеств и обучение двигательным действиям;
- Б. выполнение физических упражнений;
- В. физическое совершенство;
- Г. занятия в форме урока;

7. Чем определяется физическое развитие человека?

- А. ростом и весом;
- Б. выносливостью;
- В. морфологическими и функциональными свойствами организма;
- Г. работоспособностью.

8. Какой тип осанки считается нормальным?

- А. прогнутый;
- Б. прямой;
- В. наклонный;
- Г. изогнутый.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Как называются боковые искривления позвоночника?

- А. сутулость;
- Б. лордоз;
- В. сколиоз.

2. Невыполнение режима дня приводит к:

- А. Нарушению функций мышечной и костной системы
- Б. Нарушению функций центральной нервной системы
- В. Нарушению функций пищеварительной системы
- Г. Нарушению функций сердечно-сосудистой системы

3. Вид воспитания, специфическим содержанием которого являются обучение движениям, воспитание физических качеств, овладение специальными физкультурными знаниями и формирование осознанной потребности в физкультурных занятиях, называется:

- А. физической культурой;
- Б. физической подготовкой;
- В. физическим воспитанием;
- Г. физическим образованием.

4. Результатом физической подготовки является:

- А. физическое развитие индивидуума;
- Б. физическое воспитание;
- В. физическая подготовленность;
- Г. физическое совершенство.

5. Специализированный процесс, содействующий успеху в конкретной деятельности (вид профессии, спорта и др.), предъявляющий специализированные требования к двигательным способностям человека, называется:

- А. спортивной тренировкой;
- Б. специальной физической подготовкой;
- В. физическим совершенством;
- Г. профессионально-прикладной физической подготовкой.

6. Принцип физического воспитания предполагает постепенное повышение требований к занимающимся

- А. принцип доступности и индивидуальности;
- Б. принцип систематичности;
- В. принцип динамичности;
- Г. принцип сознательности и активности;

7. Что такое физическая подготовка?

- А. это процесс развития силы;
- Б. это процесс развития физической работоспособности;
- В. это направленный процесс развития физических качеств, необходимых для успешной спортивной деятельности.

8. Какой вид выносливости вырабатывает способность человека противостоять неспецифическому утомлению:

- А. Общая
- Б. Специальная
- В. Силовая
- Г. Скоростная

Вопросы к зачету

1. Особенности проведения учебных занятий по физической культуре для повышения работоспособности.
2. Физические качества человека: ловкость (определение, особенности, основные характеристики, методика воспитания ловкости)
3. Определение понятия «спорт», его взаимосвязь с физической культурой.
4. Изменения в опорно-двигательном аппарате под влиянием систематических занятий физическими упражнениями.
5. Физические качества человека: сила (определение, основные характеристики силы, методика воспитания).
6. Понятие здорового образа жизни, его составляющие.
7. Изменения в сердечно-сосудистой системе под влиянием занятий физическими упражнениями.
8. Физические качества человека: выносливость (характеристика, методика воспитания выносливости)
9. Изменения в дыхательной системе под влиянием систематических физических упражнений.
10. Формирование двигательного навыка.
11. Физические качества человека: быстрота (характеристика, особенности проявления в физических упражнениях, методика воспитания быстроты).
12. Определение понятия «двигательная активность».
13. Работа желез внутренней секреции, регуляция нервной системы при
14. занятиях физическими упражнениями.
15. Гибкость человека (основные характеристики, условия развития гибкости
16. в условиях тренировки).
17. Определение понятия «физическое развитие».
18. Единая спортивная классификация. Цели и общая характеристика спортивной классификации.
19. Средства физической культуры.
20. Физическая культура как часть общечеловеческой культуры.
21. Мышечная система человека. Опорно-двигательный аппарат.
22. Классификация физических упражнений: динамические и статические, циклические и ациклические.
23. Внешняя среда и её воздействие на организм человека.
24. Пищеварительная и выделительная системы.
25. Факторы, определяющие здоровье человека
26. Работоспособность и влияние на неё различных факторов.
27. Общая физическая и специальная спортивная подготовка (цели и задачи, определение, характеристики).
28. Воспитание быстроты.
29. Общая физическая подготовка, её цели и задачи.
30. Оптимальная двигательная активность и её воздействие на здоровье и работоспособность

человека.

31. Характеристика видов спорта, преимущественно развивающих выносливость человека.
32. Диагностика состояния здоровья (средства и методы исследования).
33. Гипокинезия и гиподинамия (определение и характеристики).
34. Виды спорта, преимущественно развивающие ловкость человека.
35. Средства физической культуры, обеспечивающие работоспособность человека.
36. Олимпийские игры (цели, задачи, основные отличия от других видов соревнований).
37. Воспитание выносливости (средства и методы, основные характеристики видов спорта, система подсчёта результатов).
38. Закономерности индивидуального физического развития человека
39. Методические принципы физического воспитания.
40. Воспитание силы в условиях тренировочной деятельности.
41. Основные задачи лечебной физической культуры.
42. Изменения в состоянии мышечной системы под влиянием физической нагрузки.
43. Воспитание выносливости (методика и основные характеристики)
44. Основные понятия о спортивной деятельности.
45. Общие основы обучения движениям.
46. Воспитание гибкости (методика, особенности тренировки)
47. Факторы, определяющие здоровье человека.
48. Использование словесных и сенсорных методов при обучении движениям
49. Физические качества человека: ловкость (особенности проявления в различных видах спорта)
50. Изменение функциональных возможностей организма человека средствами физической культуры.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет и экзамен проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке ис-

пользуется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Конфликтология»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
Показатель оценивания: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
УК-3.2: действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других;
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Показатель оценивания: действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Показатель оценивания: способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни
Показатель оценивания: понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
ОПК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья

Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Показатель оценивания: применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
ОПК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Показатель оценивания: использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования

Шкала оценивания – зачтено с оценкой, не зачтено

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд

Владеть: навыками социального взаимодействия
Показатель оценивания: понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В качестве базовых понятий (категорий) конфликтологии принимаются:

- а) конфликт;
- б) социальный конфликт;
- в) социальное противоречие;
- г) противоположные общественные интересы.

2. Конфликт в переводе с латинского означает:

- а) соглашение;
- б) столкновение;**
- в) существование;
- г) ссору.

3. Можно ли считать конфликт нормой производственных отношений:

- а) да;
- б) нет.**

4. Конфликт как особый тип социального взаимодействия рассматривается в:

- а) психологии;
- б) социологии;**
- в) педагогике.

5. Задача «Новшества»

Марина Викторовна, 39 лет, руководитель фирмы, высококвалифицированный специалист. Она требовательна к себе и к другим.

В ее подчинении 11 человек. Каждый имеет свои обязанности. Их работа в основном устраивала руководителя. Но после защиты диссертации и введения некоторых новшеств на фирме повысился интерес клиентов к ней, а также возрос ее рейтинг. Соответственно требования руководителя к качеству работы специалистов коллектива возросли. Но сотрудники коллектива неоднозначно восприняли повышенную требовательность руководителя. И вместо более качественной слаженной работы, повышения своих знаний и квалификационного уровня, они стали доказывать друг другу и руководителю, что один лучше другого. В результате чего стали возникать конфликтные ситуации между сотрудниками. И уровень качества работы членов коллектива стал падать.

- Проанализируйте ситуацию.
- Определите, какие меры необходимо принять руководителю, чтобы снизить до минимума конфликтные противоречия в коллективе.

6. Задача «Уволилась»

Конфликт произошел между директором школы и учителем, в результате которого последний уволился.

Утро. Только что прозвенел звонок на первый урок. Елена Ивановна, учитель химии, поднялась на четвертый этаж и подошла к своему кабинету, где ее ждали ученики 8-го класса. Здесь же стояла и директор школы, которая обратилась к ней со следующими словами: «Почему Вы опаздываете и заставляете учеников Вас ждать?! Вы должны приходить на урок за 15 минут до его начала. После урока зайдите ко мне в кабинет».

Проведя урок, Елена Ивановна зашла в кабинет директора и сказала: «Вы не должны были делать мне замечание в присутствии учеников, этим Вы подрываете мой авторитет».

Директор: «Вы сами его подрываете, опаздывая на урок, и какой этим Вы подаете пример ученикам?!»

Елена Ивановна: «Вы прекрасно знаете, что у меня маленький ребенок и мне надо отвести его в детский сад. Устраиваясь на работу, я просила учесть это и не ставить мне первые уроки. Вы обещали пойти мне навстречу!»

Директор: «Я не могу учитывать интересы каждого, и Ваши семейные дела меня не касаются. Это Ваши личные проблемы. Будьте добры, не опаздывать больше на уроки».

Елена Ивановна: «Раз Вы так рассуждаете, я думаю, что не смогу работать под Вашим руководством. Прошу до конца четверти найти мне замену!»

Директор: «Хорошо, не буду Вас задерживать!»

После этого, доработав до конца четверти, Елена Ивановна уволилась по собственному желанию.

- Проанализируйте ситуацию.
- Кто и в чем допустили просчеты?
- Кто и как мог решить конфликт на основных узловых этапах его развития?

7. Задача «В экономическом отделе»

Экономический отдел акционерного общества состоит из 9 человек и только женщин. Руководителем подразделения является Спиридонова И.Г. - женщина пенсионного возраста, давно работающая в данной организации и успешно справляющаяся со своими обязанностями.

В отдел не так давно (около года) поступила на работу новая сотрудница - Григорьева Н.Н. - молодая, симпатичная женщина, которая заканчивает экономический институт. Ее приход был встречен достаточно дружелюбно со стороны всех сотрудников отдела и, в первую очередь начальника, у которой есть дочь такого же возраста. Она легко вникала в суть дел, все свои производственные обязанности выполняла быстро, четко, аккуратно, энергично. Сотрудники любовались девушкой и говорили о том, что из нее получится прекрасный специалист.

Когда Спиридонова спрашивала в отделе, как работает новенькая, то слышала такие слова: «далеко пойдет», «нестандартно мыслит», «ей может гордиться мать, такая не опозорит», «это жемчужина для коллектива».

Начальник отдела Спиридонова И.Г. некоторое время «по-матерински» опекала новую сотрудницу, но потом, по мере того, как молодая сотрудница быстро овладевала профессией, наступил перелом в их взаимоотношениях, и по непонятным для Григорьевой Н.Н. причинам отношения резко ухудшились. Спиридонова И.Г. стала постоянно придираться к Григорьевой Н.Н., стараясь унизить ее как личность, не давала спокойно работать. Для Григорьевой встал вопрос: что делать и не перейти ли на работу в другое подразделение?

Другие сотрудницы отдела внешне никак не реагировали на создавшуюся ситуацию, но внутри начались разговоры о том, что молодую сотрудницу «шахиня» выживает. По своему характеру Спиридонова И.Г. достаточно властный человек, давно находится на

руководящей должности, но такого поведения от него в коллективе никто не ожидал.

- Проанализируйте ситуацию.
- Определите, каковы могут быть мотивы конфликтного поведения руководителя.
- Дайте рекомендации по ее разрешению психологу и Григорьевой.

8. Задача «Роковая замена»

Преподаватель лицея Дронов третий раз срывает занятия в группе, мотивируя, то болезнью, то семейными обстоятельствами. То другими весомыми причинами. О том, что не сможет провести плановые занятия, сообщает заведующему учебной частью Орлову поздно ночью или утром по телефону. Орлов в срочном порядке просит другого преподавателя Нечаева срочно заменить Дронов, т.к. в эти часы (якобы, а может так и есть на самом деле) свободен только Нечаев.

Нечаев проводит занятия вместо Дронова по тому предмету, который сам никогда не читал. Он не успевает квалифицированно подготовиться к урокам. Как раз на это занятие с целью проверки качества преподавания пришел директор лицея. Ему не понравился уровень проведения занятия, и он на педсовете во всеуслышание подверг сомнению уровень профессиональной пригодности Нечаева. Нечаев вспылал и подал заявление об увольнении, которое директор подписал.

- Оцените ситуацию.
- Кто и на каком этапе мог бы предотвратить или погасить конфликт?
- Кто и в чем допустил ошибки?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Динамика конфликта — это:

- а) устранение и смягчение конфликта;
- б) изменение участников конфликта;
- в) изменения «места» конфликта;
- г) его нарастание и обострение.

2. Среди факторов, затрудняющих разрешение конфликтов, можно назвать:

- а) большое количество вопросов, втянутых в конфликт;
- б) политический кризис в стране;
- в) непродуманные (возможно, и неосознанные) практические действия;
- г) взятие на себя обязательств, несоразмерных с размерами конфликта, что вызывает психологическое недовольство.

3. Перечислите конфликты в обществе:

- а) экономические конфликты;
 - б) политические конфликты;
 - в) социальные конфликты;
 - г) конфликты в духовной сфере общества.
-

4. В духовной сфере субъектами конфликта могут оказаться:

- а) государства (страны);
- б) большие или малые социальные группы и партии;
- в) различные сообщества (например: международные);
- г) члены семьи.

5. Задача «Конфликт между специалистами»

За помощью к вам обратилась терапевт детского санатория.

Я работаю терапевтом в учреждении, оказываю помощь молодежи. В индивидуальной работе с детьми у меня всегда очень ясное восприятие. Но мне трудно давать указания воспитателям групп, которые работают с детьми ежедневно, потому что иногда мое восприятие говорит мне, что воспитатели поступают неправильно. Они работают с детьми без учета состояния здоровья детей, которое требует иных слов, иных действий, иных способов организации детских игр и мероприятий.

Я понимаю, что это другие люди, которые заботятся о тех же детях, что и я, но по-иному видят ситуацию развития и социализации ребенка. Это воспитатели, а я терапевт. Я не могу найти слова, чтобы выразить свое восприятие так, чтобы они могли осуществить конкретные, правильные действия, содействующие развитию детей без ущерба здоровью.

Они не понимают меня, оценивают мои слова как притязания на главенствование и управление ими, как ущемление их профессиональной чести. Идут на конфликт и поэтому, зачастую специально (возможно, неосознанно), поступают «с точностью до наоборот». В результате еще больше страдают дети. Получается так, что я сама провоцирую деструктивные действия педагогов по отношению к детям.

- Оцените ситуацию.
- Предложите и обоснуйте версии, как поступить терапевту.

6. Задача «Премия»

При распределении премии некоторые члены отдела посчитали, что их незаслуженно обошли, это явилось поводом их жалоб директору предприятия.

Как бы вы отреагировали на эти жалобы в качестве директора?

А. Отвечу жалобщикам примерно так: «Причитающуюся вам премию утверждает и распределяет ваш отдел, я тут ни при чем».

Б. «Хорошо, я учту ваши жалобы и постараюсь разобраться в этом вопросе с вашим непосредственным руководителем».

В. «Не волнуйтесь, вы получите свои деньги. Изложите свои претензии на мое имя в письменной форме».

Г. Пообещав помочь установить истину, сразу же пойду в отдел и побеседую с его начальником и другими членами коллектива. В случае подтверждения обоснованности жалоб предложу начальнику отдела перераспределить премию в следующем месяце.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

7. Задача «Не в цель»

Вслед за кратким выговором за недостатки в работе вы сказали работнику несколько приятных слов. Наблюдая за ним, вы заметили, что его лицо, поначалу несколько напряженное, быстро повеселело. К тому же он начал весело шутить и балагурить, рассказал пару свежих анекдотов и историю, которая произошла сегодня у него в доме.

В конце разговора вы поняли, что критика, с которой вы начали разговор, не только не была воспринята, но и как бы забыта. Вероятно, он услышал только приятную часть разговора.

Что уместно предпринять в сложившейся ситуации?

8. Задача «Не ау»

Ваша подчиненная ценный для учреждения специалист. Но и у нее бывают просчеты в работе отчасти из-за ее самонадеянности, отчасти из-за того что предприятие находится в стадии нового витка развития и постоянно появляются некоторые нововведения, которые требуют от работников повышенного внимания.

Всякий раз, когда вы ведете с ней серьезный разговор, конструктивно критикуете ее работу и спрашиваете, почему она так поступает, она отделяется молчанием. Вам это неприятно, вы не знаете толком, с чем связано ее молчание, воспринимает ли она критику или нет. Вы расстраиваетесь и злитесь, потому что не знаете, делает ли она правильные выводы из ваших с ней бесед или нет.

Что уместно предпринять, чтобы прояснить и изменить ситуацию?

УК-3.2: действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста

Знать: этические принципы социального взаимодействия

Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других;

Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста

Показатель оценивания: действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основные способы предупреждения конфликтов:

- а) информационный;
- б) психологический;
- в) коммуникативный;
- г) организационный.

2. Коммуникативный способ предупреждения конфликтов отражает стремление партнеров к:

- а) обмену информацией;
- б) налаживанию добрых взаимоотношений;
- в) достижению взаимопонимания;
- г) расширению темы общения.

3. Основные элементы управления конфликтом:

- а) диагностика;

- б) профилактика;
- в) ослабление;
- г) разрешение.

4. Деятельность по управлению конфликтами наиболее эффективна:

- а) на ранних этапах возникновения конфликта;
- б) в разгар конфликта;
- в) в конце конфликта.

5. Задача «Плакса»

В конце рабочей недели вы даете критический анализ деятельности ваших подчиненных. Когда вы критикуете одну из подчиненных (на общей планерке или индивидуально). Она всегда реагирует очень эмоционально (плачет, кричит и т.п.). Вам приходится каждый раз свертывать беседу и не доводить разговор до конца. Вот и сейчас, после ваших замечаний – она расплакалась.

Как довести до нее свои соображения, чтобы она сделала конструктивные выводы?

6. Задача «Возмутители спокойствия»

Вы старший менеджер. У вас в команде аудиторской компании есть несколько подчиненных, которые совершают немотивированные с позиций реализации профессиональных задач компании действия. Вы видите их постоянно вместе, при этом вам кажется, что вы знаете, кто у них неформальный лидер. Вам нужно заставить их хорошо работать, а не устраивать искромётные «тусовки» прямо на рабочем месте. Работники компетентные. Возможности их заменить на работе в ближайшем будущем у вас нет. Да это и не поощряется высшим руководством компании. Текучесть кадров карается лишением годовой премии для всего коллектива. Эти работники в целом выполняют поставленные задачи, но отвлекают других работников, вносят некоторую сумятицу. Из-за этого каждый месяц ваша команда едва укладывается в сроки отчетности. Приходится выходить на плановые показатели, как правило, за счет авралов. Это вас напрягает. Вы не знаете, какой интерес объединяет эту неформальную микрогруппу.

Что вы предпримете для изменения ситуации и улучшения работы команды?

7. Задача «Мистер хам»

Вы приняли на работу молодого способного юриста (только что окончившего Институт внешнеэкономических связей, экономики и права), который превосходно справляется с работой. Он провел уже несколько консультаций, и клиенты им очень довольны. Вместе с тем он резок и заносчив в общении с другими работниками, особенно с обслуживающим персоналом. Вы каждый день получаете такого рода сигналы, а сегодня поступило письменное заявление от вашего секретаря по поводу его грубости.

Какие действия целесообразно предпринять, чтобы изменить его стиль общения в коллективе?

8. Задача «Инцидент»

Во время деловой встречи с вами ваш сотрудник «вышел из себя», не принимая ваших замечаний по поводу очередного проекта. В присутствии членов коллектива он швырял ручки на пол, кричал, что ему не создают должных условий и обвинял Вас - руководителя в некомпетентности. Сотрудники ощущали себя несколько неловко, но с любопытством поглядывали на Вас, ожидая развязки. Вы не можете позволить подчиненному

так себя вести, ведь он подрывает ваш авторитет и показывает дурной пример коллегам. Как Вы поступите?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Количество основных правил поведения в конфликте:

- а) 5;
- б) 10;
- в) 12;
- г) 15.

2. Конфликт в обществе – это:

- а) конфликты в любых социальных группах;
- б) конфликты в больших социальных группах;
- в) конфликты между государствами;
- г) конфликты в различных сферах общественной жизни (экономической, политической, социальной и духовной).

3. Переговоры как способ урегулирования конфликтов не нужны в следующих случаях:

- а) если у Вас есть возможность отдавать распоряжения или право инструктировать;
- б) если точку зрения, несовпадающую с Вашей, высказывает консультант;
- в) если существует третья сторона, которая трезво оценивает ситуацию и имеет возможность принимать общие решения или навязывать те или иные решения;
- г) все варианты верны.

4. Количество этапов переговорного процесса:

- а) 5;
- б) 6;
- в) 10;
- г) 12.

5. Задача «Бесчувственный заместитель»

Ваш заместитель очень опытный специалист, он действительно знает работу как «свои пять пальцев», практически он незаменим, когда он рядом, вы уверены, что все будет хорошо. Однако вы знаете, что он бесчувственный человек и никакие «человеческие» проблемы его не интересуют. От этого в коллективе в последнее время стало тревожно, некоторые коллеги собираются подать заявления об уходе, так как он их обидел. Вы пытались в неформальной беседе с ним обсудить это, но он даже не понимает, о чем вы

говорите, его интересует только план и прибыль. Он считает, что обиды, эмоции и чувства надо проявлять вне работы, а на производстве жесткие требования, оскорбления «за дело» надо воспринимать как должное и как информацию к размышлению для исправления ситуации.

Нужно ли воздействовать на своего заместителя, чтобы изменить его стиль взаимодействия с персоналом? Если нужно, то как? Что вы предпримете?

6. Задача «Вот так больная!»

Вы начальник отдела. Получили задание от руководителя компании и едете в командировку. В аэропорту случайно встречаете свою подчиненную – молодую сотрудницу, которая уже две недели не работает. Вам сказали, что она болеет. А вы видите ее не только в полном здравии, но отдохнувшей и даже, как вам показалось, похорошевшей. Она кого-то с большим нетерпением встречает в аэропорту. Во вверенном вам отделе полный завал, не хватает сотрудников, срываются сроки выполнения работ.

Что вы скажете своей сотруднице? С чего начнете разговор? Каким образом завершите данную ситуацию?

7. Задача «В неловком положении»

Вы опытный, давно работающий, авторитетный начальник отдела. В канун праздника вы от своего отдела представили фамилии нескольких лучших сотрудников для поощрения. Среди тех, кому должны быть вручены грамота и денежная премия, Сидоров, которого вы лично предупредили о необходимости явиться на торжественное собрание, где ему будут вручены грамота и премия. Сидоров вместе со своей семьей явился на торжественное собрание, но грамоту и премию, по неизвестным для вас причинам, ему не вручили. На следующий день, не успев разобраться в причине недоразумения, вы случайно сталкиваетесь с Сидоровым в коридоре.

Каковы возможные варианты развития возникшей ситуации? Как бы вы повели себя в каждом из них?

8. Задача «Проблемное наследие»

Рабочие одного из цехов предприятия неоднократно заявляли о неудовлетворительных условиях труда, высказывали опасения за свое здоровье. В цеху не уделялось должного внимания обеспечению безопасности труда. Им уже более трех месяцев не выплачивали заработную плату. Два дня назад с одним из рабочих на производстве произошел несчастный случай. Это переполнило чашу терпения рабочих. Они отказались от работы и пригласили на собрание руководство предприятия.

Как бы вы повели себя в этой ситуации в качестве руководителя предприятия, пять дней назад назначенного на должность?

УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Показатель оценивания: способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных отве-

ТОВ:

1. Возможность «беспредметного» конфликта:

- а) реальна в ряде случаев;
- б) исключена;
- в) реальна.

2. Основные пути разрешения конфликтов:

- а) отточить свое умение слушать;
- б) практика напористой связи;
- в) искать решение;
- г) невозможность разрешения.

3. Можно ли отнести социометрию к методам диагностики конфликтов

- а) можно;
- б) нельзя.

4. Экспериментальные игровые процедуры диагностики конфликтов

- а) матричные игры;
- б) переговорные игры;
- в) игры на поиск решений;
- г) локомоционные игры.

5. Задача «Выбор»

Ваш непосредственный начальник, минуя вас, дает срочное задание вашему подчиненному, который уже занят выполнением другого ответственного задания. Вы и ваш начальник считаете свои задания неотложными.

Выберите наиболее приемлемый для вас вариант решения.

А. Не оспаривая задания начальника, будете строго придерживаться должностной субординации, предложите подчиненному отложить выполнение текущей работы.

Б. Все зависит от того, насколько для вас авторитетен начальник.

В. Выразите подчиненному свое несогласие с заданием начальника, предупредите его, что впредь в подобных случаях вы будете отменять задания, порученные ему без согласования с вами.

Г. В интересах дела предложите подчиненному выполнить начатую работу.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

6. Задача «Два начальника на одного»

Вы получили одновременно два срочных задания: от вашего непосредственного начальника и вашего вышестоящего начальника. Времени для согласования сроков выполнения заданий у вас нет, необходимо срочно начать работу.

Выберите предпочтительное решение.

А. В первую очередь начнете выполнять задание того, кого больше уважаете.

Б. Сначала будете выполнять задание на ваш взгляд наиболее важное или наиболее удобное для вас.

В. Сначала выполните задание вышестоящего начальника.

Г. Будете выполнять задание своего непосредственного начальника.
Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.
Выбор обоснуйте.

7. Задача «Выбор конструктивного варианта»

Между двумя вашими подчиненными возник конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к вам с просьбой, чтобы вы поддержали именно его позицию. Выберите свой вариант поведения в этой ситуации.

А. Я должен пресечь конфликт на работе, а разрешать конфликтные ситуации – это их личное дело.

Б. Лучше всего попросить разобраться в конфликте представителей общественных организаций (профсоюза, комиссии по деловым спорам).

В. Прежде всего, лично попытаться разобраться в мотивах конфликта и найти приемлемый для обоих способ примирения.

Г. Выяснить, кто из членов коллектива служит авторитетом для конфликтующих, и попытаться через него воздействовать на этих людей.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

8. Задача «Виновных нет?»

В самый напряженный период завершения производственного задания в бригаде совершен неблагоприятный поступок, нарушена трудовая дисциплина, в результате чего допущен брак продукции. Бригадир неизвестен виновник, однако выявить и наказать его надо.

Как бы вы поступили на месте бригадира? Выберите приемлемый для вас вариант решения.

А. Оставлю выяснение фактов по этому инциденту до окончания выполнения производственного задания.

Б. Заподозренных в проступке, вызову к себе. Круто поговорю с каждым из них (с глазу на глаз), предложу назвать виновного.

В. Сообщу о случившемся тем из рабочих, которым наиболее доверяю, предложу им выяснить конкретных виновных и доложить.

Г. После смены проведу собрание бригады, публично потребую выявления виновных и их наказания.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Глобальные конфликты – это

- а) конфликты, обусловленные глобальными проблемами современности, затрагивающие интересы всего человечества и несущие угрозу существованию цивилизации;
- б) конфликты между государствами (странами);
- в) конфликты между соседними государствами (странами);

г) экологические конфликты.

2. Региональные конфликты классифицируются по четырем направлениям, а именно:

а) по масштабу:

б) по особенностям географического положения:

в) по сфере проявления:

г) по национально-этническим особенностям.

3. Кому из ученых принадлежит разработка учения об экстраверсии и интроверсии, как объективной природе внутриличностных конфликтов:

а) З. Фрейду;

б) А. Адлеру;

в) К. Юнгу;

г) Э. Фромму.

4. Автор концепции «экзистенциальной дихотомии»

а) З. Фрейду;

б) А. Адлеру;

в) К. Юнгу;

г) Э. Фромму.

5. Задача «Выбор»

Ваш непосредственный начальник, минуя вас, дает срочное задание вашему подчиненному, который уже занят выполнением другого ответственного задания. Вы и ваш начальник считаете свои задания неотложными.

Выберите наиболее приемлемый для вас вариант решения.

А. Не оспаривая задания начальника, будете строго придерживаться должностной субординации, предложите подчиненному отложить выполнение текущей работы.

Б. Все зависит от того, насколько для вас авторитетен начальник.

В. Выразите подчиненному свое несогласие с заданием начальника, предупредите его, что впредь в подобных случаях вы будете отменять задания, порученные ему без согласования с вами.

Г. В интересах дела предложите подчиненному выполнить начатую работу.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

6. Задача «Два начальника на одного»

Вы получили одновременно два срочных задания: от вашего непосредственного начальника и вашего вышестоящего начальника. Времени для согласования сроков выполнения заданий у вас нет, необходимо срочно начать работу.

Выберите предпочтительное решение.

А. В первую очередь начнете выполнять задание того, кого больше уважаете.

Б. Сначала будете выполнять задание на ваш взгляд наиболее важное или наиболее

удобное для вас.

В. Сначала выполните задание вышестоящего начальника.

Г. Будете выполнять задание своего непосредственного начальника.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

7. Задача «Выбор конструктивного варианта»

Между двумя вашими подчиненными возник конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к вам с просьбой, чтобы вы поддержали именно его позицию. Выберите свой вариант поведения в этой ситуации.

А. Я должен пресечь конфликт на работе, а разрешать конфликтные ситуации – это их личное дело.

Б. Лучше всего попросить разобраться в конфликте представителей общественных организаций (профсоюза, комиссии по деловым спорам).

В. Прежде всего, лично попытаться разобраться в мотивах конфликта и найти приемлемый для обоих способ примирения.

Г. Выяснить, кто из членов коллектива служит авторитетом для конфликтующих, и попытаться через него воздействовать на этих людей.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

8. Задача «Виновных нет?»

В самый напряженный период завершения производственного задания в бригаде совершен неблаговидный поступок, нарушена трудовая дисциплина, в результате чего допущен брак продукции. Бригадир не знает виновника, однако выявить и наказать его надо.

Как бы вы поступили на месте бригадира? Выберите приемлемый для вас вариант решения.

А. Оставлю выяснение фактов по этому инциденту до окончания выполнения производственного задания.

Б. Заподозренных в проступке, вызову к себе. Круто поговорю с каждым из них (с глазу на глаз), предложу назвать виновного.

В. Сообщу о случившемся тем из рабочих, которым наиболее доверяю, предложу им выяснить конкретных виновных и доложить.

Г. После смены проведу собрание бригады, публично потребую выявления виновных и их наказания.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

ОПК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни
Показатель оценивания: понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Кому из ученых принадлежит разработка учения о борьбе между эросом и танатосом, как природной основе внутриличностных конфликтов:**
 - а) З. Фрейду;
 - б) А. Адлеру;
 - в) К. Юнгу;
 - г) Э. Фромму.
- 2. К конструктивным функциям межличностных конфликтов относят:**
 - а) познавательную;
 - б) функцию развития;
 - в) инструментальную;
 - г) перестроечную.
- 3. Управление межличностными конфликтами можно рассматривать в аспектах:**
 - а) внутреннем;
 - б) внешнем;
 - в) закрытом;
 - г) открытом.
- 4. Предупреждение конфликта (по С.М. Емельянову) является одним из этапов управления межличностными конфликтами**
 - а) да;
 - б) нет.

5. Задача «В экономическом отделе»

Экономический отдел акционерного общества состоит из 9 человек и только женщин. Руководителем подразделения является Спиридонова И.Г. - женщина пенсионного возраста, давно работающая в данной организации и успешно справляющаяся со своими обязанностями.

В отдел не так давно (около года) поступила на работу новая сотрудница - Григорьева Н.Н. - молодая, симпатичная женщина, которая заканчивает экономический институт.

Ее приход был встречен достаточно дружелюбно со стороны всех сотрудников отдела и, в первую очередь начальника, у которой есть дочь такого же возраста. Она легко вникала в суть дел, все свои производственные обязанности выполняла быстро, четко, аккуратно, энергично. Сотрудники любовались девушкой и говорили о том, что из нее получится прекрасный специалист.

Когда Спиридонова спрашивала в отделе, как работает новенькая, то слышала такие слова: «далеко пойдет», «нестандартно мыслит», «ей может гордиться мать, такая не опозорит», «это жемчужина для коллектива».

Начальник отдела Спиридонова И.Г. некоторое время «по-матерински» опекала новую сотрудницу, но потом, по мере того, как молодая сотрудница быстро овладевала профессией, наступил перелом в их взаимоотношениях, и по непонятным для Григорьевой Н.Н. причинам отношения резко ухудшились. Спиридонова И.Г. стала постоянно придираться к Григорьевой Н.Н., стараясь унизить ее как личность, не давала спокойно работать. Для Григорьевой встал вопрос: что делать и не перейти ли на работу в другое подразделение?

Другие сотрудницы отдела внешне никак не реагировали на создавшуюся ситуацию, но внутри начались разговоры о том, что молодую сотрудницу «шахиня» выживает. По своему характеру Спиридонова И.Г. достаточно властный человек, давно находится на руководящей должности, но такого поведения от него в коллективе никто не ожидал.

- Проанализируйте ситуацию.
- Определите, каковы могут быть мотивы конфликтного поведения руководителя.
- Дайте рекомендации по ее разрешению психологу и Григорьевой.

6. Задача «Роковая замена»

Преподаватель лицея Дронов третий раз срывает занятия в группе, мотивируя, то болезнью, то семейными обстоятельствами. То другими весомыми причинами. О том, что не сможет провести плановые занятия, сообщает заведующему учебной частью Орлову поздно ночью или утром по телефону. Орлов в срочном порядке просит другого преподавателя Нечаева срочно заменить Дронов, т.к. в эти часы (якобы, а может так и есть на самом деле) свободен только Нечаев.

Нечаев проводит занятия вместо Дронова по тому предмету, который сам никогда не читал. Он не успевает квалифицированно подготовиться к урокам. Как раз на это занятие с целью проверки качества преподавания пришел директор лицея. Ему не понравился уровень проведения занятия, и он на педсовете во всеуслышание подверг сомнению уровень профессиональной пригодности Нечаева. Нечаев вспылал и подал заявление об увольнении, которое директор подписал.

- Оцените ситуацию.
- Кто и на каком этапе мог бы предотвратить или погасить конфликт?
- Кто и в чем допустил ошибки?

7. Задача «Конфликт между специалистами»

За помощью к вам обратилась терапевт детского санатория.

Я работаю терапевтом в учреждении, оказываю помощь молодежи. В индивидуальной работе с детьми у меня всегда очень ясное восприятие. Но мне трудно давать указания воспитателям групп, которые работают с детьми ежедневно, потому что иногда мое восприятие говорит мне, что воспитатели поступают неправильно. Они работают с детьми без учета состояния здоровья детей, которое требует иных слов, иных действий, иных способов организации детских игр и мероприятий.

Я понимаю, что это другие люди, которые заботятся о тех же детях, что и я, но по-иному видят ситуацию развития и социализации ребенка. Это воспитатели, а я терапевт. Я не могу найти слова, чтобы выразить свое восприятие так, чтобы они могли осуще-

ствить конкретные, правильные действия, содействующие развитию детей без ущерба здоровью.

Они не понимают меня, оценивают мои слова как притязания на главенствование и управление ими, как ущемление их профессиональной чести. Идут на конфликт и поэтому, зачастую специально (возможно, неосознанно), поступают «с точностью до наоборот». В результате еще больше страдают дети. Получается так, что я сама провоцирую деструктивные действия педагогов по отношению к детям.

- Оцените ситуацию.
- Предложите и обоснуйте версии, как поступить терапевту.

8. Задача «Премия»

При распределении премии некоторые члены отдела посчитали, что их незаслуженно обошли, это явилось поводом их жалоб директору предприятия.

Как бы вы отреагировали на эти жалобы в качестве директора?

А. Отвечу жалобщикам примерно так: «Причитающуюся вам премию утверждает и распределяет ваш отдел, я тут ни при чем».

Б. «Хорошо, я учту ваши жалобы и постараюсь разобраться в этом вопросе с вашим непосредственным руководителем».

В. «Не волнуйтесь, вы получите свои деньги. Изложите свои претензии на мое имя в письменной форме».

Г. Пообещав помочь установить истину, сразу же пойду в отдел и побеседую с его начальником и другими членами коллектива. В случае подтверждения обоснованности жалоб предложу начальнику отдела перераспределить премию в следующем месяце.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Семейный конфликт – это:

- а) конфликт между супругами;
- б) конфликт между родителями и детьми;
- в) конфликт между различными семьями;
- г) конфликт между любыми членами семьи.

2. Количество этапов развития браков -

- а) 3;
- б) 4;
- в) 5;
- г) 6.

3. В конфликтологии принято выделять следующие стадии протекания конфликта:

- а) скрытая стадия;
- б) формирование конфликта;

- в) инцидент и активные действия сторон;
- г) завершение конфликта.

4. Сколько кризисных периодов в развитии семьи выделяют социологи:

- а) 2;
- б) 3;
- в) 4;
- г) 5.

5. Задача «Не в цель»

Вслед за кратким выговором за недостатки в работе вы сказали работнику несколько приятных слов. Наблюдая за ним, вы заметили, что его лицо, поначалу несколько напряженное, быстро повеселело. К тому же он начал весело шутить и балагурить, рассказал пару свежих анекдотов и историю, которая произошла сегодня у него в доме. В конце разговора вы поняли, что критика, с которой вы начали разговор, не только не была воспринята, но и как бы забыта. Вероятно, он услышал только приятную часть разговора.

Что уместно предпринять в сложившейся ситуации?

6. Задача «Не ау»

Ваша подчиненная ценный для учреждения специалист. Но и у нее бывают просчеты в работе отчасти из-за ее самонадеянности, отчасти из-за того что предприятие находится в стадии нового витка развития и постоянно появляются некоторые нововведения, которые требуют от работников повышенного внимания.

Всякий раз, когда вы ведете с ней серьезный разговор, конструктивно критикуете ее работу и спрашиваете, почему она так поступает, она отделяется молчанием. Вам это неприятно, вы не знаете толком, с чем связано ее молчание, воспринимает ли она критику или нет. Вы расстраиваетесь и злитесь, потому что не знаете, делает ли она правильные выводы из ваших с ней бесед или нет.

Что уместно предпринять, чтобы прояснить и изменить ситуацию?

7. Задача «Плакса»

В конце рабочей недели вы даете критический анализ деятельности ваших подчиненных. Когда вы критикуете одну из подчиненных (на общей планерке или индивидуально). Она всегда реагирует очень эмоционально (плачет, кричит и т.п.). Вам приходится каждый раз свертывать беседу и не доводить разговор до конца. Вот и сейчас, после ваших замечаний – она расплакалась.

Как довести до нее свои соображения, чтобы она сделала конструктивные выводы?

8. Задача «Возмутители спокойствия»

Вы старший менеджер. У вас в команде аудиторской компании есть несколько подчиненных, которые совершают немотивированные с позиций реализации профессиональных задач компании действия. Вы видите их постоянно вместе, при этом вам кажется, что вы знаете, кто у них неформальный лидер. Вам нужно заставить их хорошо работать, а не устраивать искрометные «тусовки» прямо на рабочем месте. Работники компетентные. Возможности их заменить на работе в ближайшем будущем у вас нет. Да это и не поощряется высшим руководством компании. Текучесть кадров карается лишением годовой премии для всего коллектива. Эти работники в целом выполняют поставленные задачи, но отвлекают других работников, вносят некоторую сумятицу. Из-за этого каж-

дый месяц ваша команда едва укладывается в сроки отчетности. Приходится выходить на плановые показатели, как правило, за счет авралов. Это вас напрягает. Вы не знаете, какой интерес объединяет эту неформальную микрогруппу.

Что вы предпримете для изменения ситуации и улучшения работы команды?

ОПК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья
Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Показатель оценивания: применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Перечислите конфликты в обществе:

- а) экономические конфликты;
- б) политические конфликты;
- в) социальные конфликты;
- г) конфликты в духовной сфере общества.

2. В духовной сфере субъектами конфликта могут оказаться:

- а) государства (страны);
- б) большие или малые социальные группы и партии;
- в) различные сообщества (например: международные);
- г) члены семьи.

3. Основные способы предупреждения конфликтов:

- а) информационный;
- б) психологический;
- в) коммуникативный;
- г) организационный.

4. Коммуникативный способ предупреждения конфликтов отражает стремление партнеров к:

- а) обмену информацией;
- б) налаживанию добрых взаимоотношений;
- в) достижению взаимопонимания;

г) расширению темы общения.

5. Задача «Мистер хам»

Вы приняли на работу молодого способного юриста (только что окончившего Институт внешнеэкономических связей, экономики и права), который превосходно справляется с работой. Он провел уже несколько консультаций, и клиенты им очень довольны. Вместе с тем он резок и заносчив в общении с другими работниками, особенно с обслуживающим персоналом. Вы каждый день получаете такого рода сигналы, а сегодня поступило письменное заявление от вашего секретаря по поводу его грубости.

Какие действия целесообразно предпринять, чтобы изменить его стиль общения в коллективе?

6. Задача «Инцидент»

Во время деловой встречи с вами ваш сотрудник «вышел из себя», не принимая ваших замечаний по поводу очередного проекта. В присутствии членов коллектива он швырял ручки на пол, кричал, что ему не создают должных условий и обвинял Вас - руководителя в некомпетентности. Сотрудники ощущали себя несколько неловко, но с любопытством поглядывали на Вас, ожидая развязки. Вы не можете позволить подчиненному так себя вести, ведь он подрывает ваш авторитет и показывает дурной пример коллегам. Как Вы поступите?

7. Задача «Бесчувственный заместитель»

Ваш заместитель очень опытный специалист, он действительно знает работу как «свои пять пальцев», практически он незаменим, когда он рядом, вы уверены, что все будет хорошо. Однако вы знаете, что он бесчувственный человек и никакие «человеческие» проблемы его не интересуют. От этого в коллективе в последнее время стало тревожно, некоторые коллеги собираются подать заявления об уходе, так как он их обидел. Вы пытались в неформальной беседе с ним обсудить это, но он даже не понимает, о чем вы говорите, его интересует только план и прибыль. Он считает, что обиды, эмоции и чувства надо проявлять вне работы, а на производстве жесткие требования, оскорбления «за дело» надо воспринимать как должное и как информацию к размышлению для исправления ситуации.

Нужно ли воздействовать на своего заместителя, чтобы изменить его стиль взаимодействия с персоналом? Если нужно, то как? Что вы предпримете?

8. Задача «Вот так больная!»

Вы начальник отдела. Получили задание от руководителя компании и едете в командировку. В аэропорту случайно встречаете свою подчиненную – молодую сотрудницу, которая уже две недели не работает. Вам сказали, что она болеет. А вы видите ее не только в полном здравии, но отдохнувшей и даже, как вам показалось, похорошевшей. Она кого-то с большим нетерпением встречает в аэропорту. Во вверенном вам отделе полный завал, не хватает сотрудников, срываются сроки выполнения работ.

Что вы скажете своей сотруднице? С чего начнете разговор? Каким образом завершите данную ситуацию?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основные элементы управления конфликтом:

- а) диагностика;
- б) профилактика;
- в) ослабление;
- г) разрешение.

2. Деятельность по управлению конфликтами наиболее эффективна:

- а) на ранних этапах возникновения конфликта;
- б) в разгар конфликта;
- в) в конце конфликта.

3. Количество основных правил поведения в конфликте:

- а) 5;
- б) 10;
- в) 12;
- г) 15.

4. Конфликт в обществе – это:

- а) конфликты в любых социальных группах;
- б) конфликты в больших социальных группах;
- в) конфликты между государствами;
- г) конфликты в различных сферах общественной жизни (экономической, политической, социальной и духовной).

5. Задача «Вот так больная!»

Вы начальник отдела. Получили задание от руководителя компании и едете в командировку. В аэропорту случайно встречаете свою подчиненную – молодую сотрудницу, которая уже две недели не работает. Вам сказали, что она болеет. А вы видите ее не только в полном здравии, но отдохнувшей и даже, как вам показалось, похорошевшей. Она кого-то с большим нетерпением встречает в аэропорту. Во вверенном вам отделе полный завал, не хватает сотрудников, срываются сроки выполнения работ.

Что вы скажете своей сотруднице? С чего начнете разговор? Каким образом завершите данную ситуацию?

6. Задача «В неловком положении»

Вы опытный, давно работающий, авторитетный начальник отдела. В канун праздника вы от своего отдела представили фамилии нескольких лучших сотрудников для поощрения. Среди тех, кому должны быть вручены грамота и денежная премия, Сидоров, которого вы лично предупредили о необходимости явиться на торжественное собрание, где ему будут вручены грамота и премия. Сидоров вместе со своей семьей явился на торжественное собрание, но грамоту и премию, по неизвестным для вас причинам, ему не вручили. На следующий день, не успев разобраться в причине недоразумения, вы случайно сталкиваетесь с Сидоровым в коридоре.

Каковы возможные варианты развития возникшей ситуации? Как бы вы повели себя в каждом из них?

7. Задача «Проблемное наследие»

Рабочие одного из цехов предприятия неоднократно заявляли о неудовлетворительных условиях труда, высказывали опасения за свое здоровье. В цеху не уделялось должного внимания обеспечению безопасности труда. Им уже более трех месяцев не выплачивали заработную плату. Два дня назад с одним из рабочих на производстве произошел несчастный случай. Это переполнило чашу терпения рабочих. Они отказались от работы и пригласили на собрание руководство предприятия.

Как бы вы повели себя в этой ситуации в качестве руководителя предприятия, пять дней назад назначенного на должность?

8. Задача «Выбор»

Ваш непосредственный начальник, минуя вас, дает срочное задание вашему подчиненному, который уже занят выполнением другого ответственного задания. Вы и ваш начальник считаете свои задания неотложными.

Выберите наиболее приемлемый для вас вариант решения.

А. Не оспаривая задания начальника, будете строго придерживаться должностной субординации, предложите подчиненному отложить выполнение текущей работы.

Б. Все зависит от того, насколько для вас авторитетен начальник.

В. Выразите подчиненному свое несогласие с заданием начальника, предупредите его, что впредь в подобных случаях вы будете отменять задания, порученные ему без согласования с вами.

Г. В интересах дела предложите подчиненному выполнить начатую работу.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

ОПК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Показатель оценивания: использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Переговоры как способ урегулирования конфликтов не нужны в следующих случаях:

- а) если у Вас есть возможность отдавать распоряжения или право инструктировать;
- б) если точку зрения, несовпадающую с Вашей, высказывает консультант;
- в) если существует третья сторона, которая трезво оценивает ситуацию и имеет возможность принимать общие решения или навязывать те или иные решения;
- г) все варианты верны.

2. Количество этапов переговорного процесса:

- а) 5;
- б) 6;
- в) 10;
- г) 12.

3. Возможность «беспредметного» конфликта:

- а) реальна в ряде случаев;
- б) исключена;
- в) реальна.

4. Основные пути разрешения конфликтов:

- а) отточить свое умение слушать;
- б) практика напористой связи;
- в) искать решение;
- г) невозможность разрешения.

5. Задача «Выбор»

Ваш непосредственный начальник, минуя вас, дает срочное задание вашему подчиненному, который уже занят выполнением другого ответственного задания. Вы и ваш начальник считаете свои задания неотложными.

Выберите наиболее приемлемый для вас вариант решения.

А. Не оспаривая задания начальника, будете строго придерживаться должностной субординации, предложите подчиненному отложить выполнение текущей работы.

Б. Все зависит от того, насколько для вас авторитетен начальник.

В. Выразите подчиненному свое несогласие с заданием начальника, предупредите его, что впредь в подобных случаях вы будете отменять задания, порученные ему без согласования с вами.

Г. В интересах дела предложите подчиненному выполнить начатую работу.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

6. Задача «Два начальника на одного»

Вы получили одновременно два срочных задания: от вашего непосредственного начальника и вашего вышестоящего начальника. Времени для согласования сроков выполнения заданий у вас нет, необходимо срочно начать работу.

Выберите предпочтительное решение.

А. В первую очередь начнете выполнять задание того, кого больше уважаете.

Б. Сначала будете выполнять задание на ваш взгляд наиболее важное или наиболее удобное для вас.

В. Сначала выполните задание вышестоящего начальника.

Г. Будете выполнять задание своего непосредственного начальника.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

7. Задача «Выбор конструктивного варианта»

Между двумя вашими подчиненными возник конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к вам с просьбой, чтобы вы поддержали именно его позицию. Выберите свой вариант поведения в этой ситуации.

А. Я должен пресечь конфликт на работе, а разрешать конфликтные ситуации – это их личное дело.

Б. Лучше всего попросить разобраться в конфликте представителей общественных организаций (профсоюза, комиссии по деловым спорам).

В. Прежде всего, лично попытаться разобраться в мотивах конфликта и найти приемлемый для обоих способ примирения.

Г. Выяснить, кто из членов коллектива служит авторитетом для конфликтующих, и попытаться через него воздействовать на этих людей.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

8. Задача «Виновных нет?»

В самый напряженный период завершения производственного задания в бригаде совершен неблагоприятный поступок, нарушена трудовая дисциплина, в результате чего допущен брак продукции. Бригадир неизвестен виновник, однако выявить и наказать его надо.

Как бы вы поступили на месте бригадира? Выберите приемлемый для вас вариант решения.

А. Оставлю выяснение фактов по этому инциденту до окончания выполнения производственного задания.

Б. Заподозренных в проступке, вызову к себе. Круто поговорю с каждым из них (с глазу на глаз), предложу назвать виновного.

В. Сообщу о случившемся тем из рабочих, которым наиболее доверяю, предложу им выяснить конкретных виновных и доложить.

Г. После смены проведу собрание бригады, публично потребую выявления виновных и их наказания.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Глобальные конфликты – это

- а) конфликты, обусловленные глобальными проблемами современности, затрагивающие интересы всего человечества и несущие угрозу существованию цивилизации;
- б) конфликты между государствами (странами);
- в) конфликты между соседними государствами (странами);
- г) экологические конфликты.

2. Региональные конфликты классифицируются по четырем направлениям, а именно:

- а) по масштабу:

- б) по особенностям географического положения;
- в) по сфере проявления;
- г) по национально-этническим особенностям.

3. Кому из ученых принадлежит разработка учения об экстраверсии и интроверсии, как объективной природе внутриличностных конфликтов:

- а) З. Фрейду;
- б) А. Адлеру;
- в) К. Юнгу;
- г) Э. Фромму.

4. Автор концепции «экзистенциальной дихотомии»

- а) З. Фрейду;
- б) А. Адлеру;
- в) К. Юнгу;
- г) Э. Фромму.

5. Задача «Виновных нет?»

В самый напряженный период завершения производственного задания в бригаде совершен неблагоприятный поступок, нарушена трудовая дисциплина, в результате чего допущен брак продукции. Бригадиру неизвестен виновник, однако выявить и наказать его надо.

Как бы вы поступили на месте бригадира? Выберите приемлемый для вас вариант решения.

А. Оставляю выяснение фактов по этому инциденту до окончания выполнения производственного задания.

Б. Заподозренных в проступке, вызову к себе. Круто поговорю с каждым из них (с глаз на глаз), предложу назвать виновного.

В. Сообщу о случившемся тем из рабочих, которым наиболее доверяю, предложу им выяснить конкретных виновных и доложить.

Г. После смены проведу собрание бригады, публично потребую выявления виновных и их наказания.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

6. Задача «Выбор»

Ваш непосредственный начальник, минуя вас, дает срочное задание вашему подчиненному, который уже занят выполнением другого ответственного задания. Вы и ваш начальник считаете свои задания неотложными.

Выберите наиболее приемлемый для вас вариант решения.

А. Не оспаривая задания начальника, будете строго придерживаться должностной субординации, предложите подчиненному отложить выполнение текущей работы.

Б. Все зависит от того, насколько для вас авторитетен начальник.

В. Выразите подчиненному свое несогласие с заданием начальника, предупредите его, что впредь в подобных случаях вы будете отменять задания, порученные ему без согла-

сования с вами.

Г. В интересах дела предложите подчиненному выполнить начатую работу. Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант. Выбор обоснуйте.

7. Задача «Два начальника на одного»

Вы получили одновременно два срочных задания: от вашего непосредственного начальника и вашего вышестоящего начальника. Времени для согласования сроков выполнения заданий у вас нет, необходимо срочно начать работу.

Выберите предпочтительное решение.

А. В первую очередь начнете выполнять задание того, кого больше уважаете.

Б. Сначала будете выполнять задание на ваш взгляд наиболее важное или наиболее удобное для вас.

В. Сначала выполните задание вышестоящего начальника.

Г. Будете выполнять задание своего непосредственного начальника.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

8. Задача «Выбор конструктивного варианта»

Между двумя вашими подчиненными возник конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к вам с просьбой, чтобы вы поддержали именно его позицию. Выберите свой вариант поведения в этой ситуации.

А. Я должен пресечь конфликт на работе, а разрешать конфликтные ситуации – это их личное дело.

Б. Лучше всего попросить разобраться в конфликте представителей общественных организаций (профсоюза, комиссии по деловым спорам).

В. Прежде всего, лично попытаться разобраться в мотивах конфликта и найти приемлемый для обоих способ примирения.

Г. Выяснить, кто из членов коллектива служит авторитетом для конфликтующих, и попытаться через него воздействовать на этих людей.

Вас не устраивает ни один из данных вариантов. Предложите свой вариант.

Выбор обоснуйте.

Вопросы к зачету

1. Исторические особенности отношения общества к конфликту. Предмет конфликтологии.
2. Понятие конфликта.
3. Структурная модель конфликта.
4. Основные причины и факторы конфликтов.
5. Функциональность конфликта.
6. Признаки конфликтной ситуации.
7. Динамическая модель конфликта.
8. Динамика межгрупповых конфликтов.
9. Понятие эскалации конфликта: механизм и сущность.
10. Поведенческие и структурные изменения сторон конфликта на этапе эскалации.
11. Понятие управления конфликтом, факторы неуправляемости.
12. Прогнозирование конфликта как форма стратегического управления.
13. Способы предупреждения конфликта.
14. Социальные технологии регулирования конфликтов.

15. Посредничество как способ регулирования конфликтов (формы и методы).
16. Роль органов власти в регулировании конфликтов.
17. Формы завершения конфликта.
18. Политические конфликты: причины, формы, способы регулирования.
19. Социальная напряженность и социальные конфликты.
20. Конфликты в организации: типология, специфика.
21. Понятие стиля поведения в конфликте.
22. Внутриличностные конфликты: специфические черты, способы предупреждения и регулирования.
23. Способы управления межличностными конфликтами.
24. Понятие межгруппового конфликта: типология, специфика, формы регулирования.
25. Экономические конфликты.
26. Конфликты в сфере культуры и религии.
27. Этнические конфликты.
28. Переговорный процесс как способ разрешения конфликтов.
29. Глобальные проблемы современности.
30. Возможные глобальные конфликты и их социальные последствия.

31. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционным материалам, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционным материалам, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Web-дизайн»***



I. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ОПК-6: Способен анализировать и разрабатывать организационно-технические и экономические процессы с применением методов системного анализа и математического моделирования
ОПК-6.1: Демонстрирует знание основ системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования
Знать: основы системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования
Уметь: демонстрировать знание основ системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования
Владеть: основами системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования
Показатель оценивания: умение использовать различные технологии блочной верстки Web-страниц на практике.
ОПК-6.2: Способен применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий
Знать: методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий
Уметь: применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий
Владеть: навыками применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий
Показатель оценивания: умение использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и web-технологии для наполнения и создания Web-страниц.
ОПК-6.3: Демонстрирует навыки проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий
Знать: методы проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий
Уметь: демонстрировать навыки проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий
Владеть: навыками проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий
Показатель оценивания: умение кодировать на языке гипертекстовой разметки HTML и каскадных таблиц стилей CSS, верифицировать структуру программного кода.

ОПК-3 Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-3.1: Использует информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач
Знать: возможности использования информационно-коммуникационные технологии при поиске информации, для решения стандартных задач
Уметь: применять информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач
Владеть: навыками применения информационно-коммуникационных технологий и библиографических источников при поиске информации, для решения стандартных задач
Показатель оценивания: умение предлагать дизайнерские решения для реализации профессиональных задач.
ОПК-3.2: Решает стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры
Знать: способы решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры
Уметь: решать стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры
Владеть: навыками решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры
Показатель оценивания: умение придумывать текстовые слоганы для рекламных целей.
ОПК-3.3: Способен обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем
Знать: возможности обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем
Уметь: обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем
Владеть: навыками обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем
Показатель оценивания: знание основных приемов и методов создания медиатекстов и медиапродуктов.

Шкала оценивания – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируется умение безошибочного решения задач по теоретическим основам Web-дизайна, уверенное владение технологиями Web-дизайна.

Выполнены все задания билета, что доказывает глубокое знание содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение использовать технологии Web-дизайна. Допускаются неточности и некритические ошибки при изложении теоретического материала и выполнении практико-ориентированных заданий.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями.

Демонстрируются поверхностные знания теоретических основ дисциплины и неуверенное владение технологиями Web-дизайна при выполнении практико-ориентированных заданий.

Оценка «неудовлетворительно» (незачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Допущены грубые ошибки в применении технологий Web-дизайна при выполнении практико-ориентированных заданий.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ОПК-3.1: Использует информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач
Знать: возможности использования информационно-коммуникационные технологии при поиске информации, для решения стандартных задач
Уметь: применять информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач
Владеть: навыками применения информационно-коммуникационных технологий и библиографических источников при поиске информации, для решения стандартных задач
Показатель оценивания: умение предлагать дизайнерские решения для реализации профессиональных задач.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Пример кода: `h1 { color: blue}`

В приведенном выше примере `color: blue` – определение правила. `h1` является:

- a. Селектором
- b. Определением
- c. Значением
- d. Свойством

2. Сервис валидации W3C CSS представляет собой бесплатный сервис созданный консорциумом Word Wide Web, которая проверяет каскадные таблицы стилей (CSS) на наличие ошибок, опечаток или неправильного использования.

Ссылаясь на вышеуказанную информацию, которую одной из следующих особенностей сервис валидации CSS предоставляет.

- a. предлагает исправления для кроссбраузерной совместимости
- b. говорит вам, какие спецификации вашего CSS-файла не соответствуют спецификации CSS**
- c. определяет потенциальные риски юзабилити
- d. меняет вашу CSS-спецификацию на основе соответствия требованиям
- e. позволяет загрузить исправленную версию вашего CSS-файла

3. Пример кода:

```
<select name="options">
  <option value="1" selected>One</option>
  <option value="2">Two</option>
  <option value="3">Three</option>
  <option value="4">Four</option>
</select>
```

Что будет отправлено с формы как значение "options"-элемента, если форма отправляется без изменений?

- a. Null

- b. SELECTED
 - c. 1
 - d. One
 - e. "Three"
4. Какие действия возможны над селекторами в CSS?
- a. Создание псевдоселекторов
 - b. Комбинирование классов, псевдоклассов, классов и идентификаторов**
 - c. Позиционирование селекторов
 - d. Комбинирование классов, псевдоклассов и идентификаторов**
 - e. Группировка селекторов**
5. Какие теги из перечисленных ниже определяют элементы-контейнеры?
- a.
 - b. <div>**
 - c. <a>
 - d.

6. Атрибуты HTML-контейнера(элемента) соответствуют
- a. методам объекта
 - b. свойствам объекта**
 - c. событиям
 - d. классам объекта
 - e. конструктором объекта
7. HTML. Документ состоит из главных частей:
- a. (Head) и (Body)**
 - b. Head, Title, Body
 - c. Head
 - d. Body
 - e. Head, Body, Frameset
8. В HTML так записываются ссылки на документы, хранящиеся на других серверах:
- a. с указанием их URL;
 - b. ;
 - c. ;**
 - d. ;
 - e. <A="имя файла">
9. Допустимые гармоничные сочетания, определяются по цветовому кругу Гете...
- a. По прямому углу;
 - b. По углам треугольника;**
 - c. По прямой;
 - d. По косой.

Вариант 2

1. Имя тега, которым задается строка таблицы
- a. table;
 - b. tr;**
 - c. td;
 - d. cell;
 - e. row.
2. Какое значение надо указать в атрибуте type <input type=...>, чтобы пользователь мог выбрать только один вариант из предложенных?
- a. checkbox;
 - b. button;
-

c. **radio;**

d. select.

3. Назначение IP-протокола ?

a. Нет такого протокола

b. Делит файл на пакеты, передаёт их независимо друг от друга, собирает их в один в месте назначения

c. **Осуществляет приём-передачу сообщений**

d. Определяет наилучший маршрут движения пакетов информации

4. Выберите несуществующую категорию служб Интернета

a. **комплексные**

b. смешанные

c. коммуникационные

d. информационные

5. Что такое передача информации с точки зрения ИТ? Передача информации...

a. передача информации только по сети

b. Из рук в руки с помощью внешних носителей

c. **Из устройства в устройство с помощью специальных устройств**

d. С глаза на глаз с помощью аудио и видео носителей информации

6. Режим связи с Web-сервером в реальном времени

a. **on-line режим**

b. off-line режим

c. нет такой связи

d. что-то другое

7. Что такое «компьютерная сеть»?

a. Телефонная линия + компьютер

b. Оптоволоконный кабель + компьютер

c. **Группа компьютеров, соединённых линиями связи**

d. Электрические кабели + компьютер

8. Основная служба в сети Интернет, позволяющая получать доступ к информации на любых серверах, подключенных к сети

a. Http

b. Браузер

c. **WWW**

d. Поисковая система

9. С точки зрения дизайна рекламы наиболее универсальными и полными являются следующие принципы:

a. Композиция взаимосвязана, четко выражен один элемент, яркий фон, цельная надпись;

b. Пространство заполнено, яркая привлекающая внимание картинка, цельная четкая надпись;

c. Пространство заполнено, есть смысловой центр и заголовок;

d. **Конструкция уравновешена. Направленность выражена, единство элементов, одна часть или элемент должны доминировать.**

ОПК-3.2: Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Знать: способы решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры

Уметь: решать стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры

Владеть: навыками решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры

Показатель оценивания: умение придумывать текстовые слоганы для рекламных целей.

Вариант 1

1. Каких паттернов не существует в дизайне?

- a. Все существуют
- b. Z-pattern
- c. F-pattern
- d. **K-pattern**

2. Как зависит межстрочный интервал от длины строки?

- a. Высчитывается по формуле
- b. Длина строки больше – межстрочный интервал меньше
- c. **Не изменяется**
- d. Длина строки больше-межстрочный интервал больше

3. На какой картинке есть симметрия?

- a. 3
- b. 1
- c. 2
- d. **4**

4. Какие объекты воспринимаются родственными?

- a. Расположенные в одной плоскости
- b. **Находящиеся в родительском теле**
- c. Имеющие один цвет или форму
- d. Расположенные в непосредственной близости друг другу

5. Что делает фильтр Blur?

- a. Стилизует изображение
- b. Делает изображение резче
- c. **Размывает изображение**
- d. Размывает в движении

6. Что такое симметрия?

- a. **Элементы повторяются подобно отражению в зеркале**
- b. Элементы не являются зеркальным отображением друг другу
- c. Симметрия связана с вращательным движением и повтором элементов вокруг оси

7. Какое выравнивание не используется в вебе?

- a. **По ширине**
- b. По правому краю
- c. По середине
- d. По левому краю

8. Как называется это правило в дизайне и искусстве?

- a. Правило, основанное на числах Фибоначчи
- b. Золотое сечение
- c. Правило прямоугольного сечения
- d. **Правило третей**



Вариант 2

1. Выберите верное утверждение

- a. Более светлые элементы обладают большим визуальным весом
 - b. Цвет не влияет на визуальный вес
 - c. Визуальным весом обладают только объемные объекты
 - d. Более темные элементы обладают большим визуальным весом**
2. Смешением каких цветов можно получить оранжевый?
 - a. Желтый и красный**
 - b. Красный и фиолетовый
 - c. Зеленый и красный
 - d. Лимонный и синий
3. Нетоварная реклама пропагандирует...
 - a. Какие-либо идеи и цели;**
 - b. Конкретный товар;
 - c. Нематериальную продукцию;
 - d. Какое-либо предприятие, фирму
4. Наиболее эффективным видом напоминающей рекламы считается:
 - a. Раздача листовок; напоминание о себе через СМИ;
 - b. Скрытая реклама в виде статей о деятельности предприятия и его услугах, участие в специализированных отраслевых выставках;**
 - c. Периодическое напоминание предприятию по телевидению;
 - d. Раздача листовок, буклетов; участие в специализированных выставках.
5. Селективная реклама - ...
 - a. Предназначена для различных групп потребителей;
 - b. Не предназначена для потребителей;
 - c. Четко адресованная определенной группе потребителей;**
 - d. Предназначена только для предприятий.
6. Телефонный маркетинг (call-центры)...
 - a. Использование телефона для непосредственной продажи товара потребителям;**
 - b. Использование телефонной линии для рекламы товара;
 - c. Использование телефонов как средства рекламы;
 - d. Рассылка SMS – сообщений с целью информирования клиента
7. С точки зрения дизайна рекламы наиболее универсальными и полными являются следующие принципы:
 - a. Композиция взаимосвязана, четко выражен один элемент, яркий фон, цельная надпись;
 - b. Пространство заполнено, яркая привлекающая внимание картинка, цельная четкая надпись;
 - c. Пространство заполнено, есть смысловой центр и заголовок;
 - d. Конструкция уравновешенна, направленность выражена, единство элементов, одна часть или элемент должны доминировать.**
8. Допустимые гармоничные сочетания, определяются по цветовому кругу Гете...
 - a. По прямому углу;
 - b. По углам треугольника;**
 - c. По прямой;
 - d. По касой.

ОПК-3.3: Применяет навыки использования многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Знать: возможности обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем

Уметь: обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем
Владеть: навыками обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем
Показатель оценивания: знание основных приемов и методов создания медиатекстов и медиа-продуктов.

Вариант 1

1. Какие способы верстки Web-страниц есть?
 - a. блочные
 - b. табличные**
 - c. иерархические
 - d. реляционные
2. Какие действия возможны над селекторами в CSS?
 - a. Создание псевдоселекторов
 - b. Комбинирование классов, псевдоклассов, классов и идентификаторов**
 - c. Позиционирование селекторов
 - d. Комбинирование классов, псевдоклассов и идентификаторов**
 - e. Группировка селекторов**
3. Веб-страница однозначно определяется
 - a. изображениями
 - b. содержанием
 - c. css-файлом
 - d. адресом url**
 - e. веб-сервером
4. Какие теги из перечисленных ниже определяют элементы-контейнеры?
 - a.
 - **b. <div>**
 - c. <a>
 - d.

5. Пример кода: `.important {background: yellow};`.
 В приведенном выше стилевом определении к какому элементу необходимо добавить `!important` для того, что бы цвет при визуализации был желтым
 - a. имени
 - b. имени класса
 - c. идентификатору
 - d. свойству стиля
 - e. типу
 - f. тегу
 - g. значению стилевого свойства**
6. Фирменный знак - ...
 - a. отличительная особенность логотипа;
 - b. полный комплект фирменных элементов;
 - c. совокупность специально разработанного уникального графического изображения и логотипа;**
 - d. совокупность цветовой гаммы и логотипа.
7. Цель рекламы - ...
 - a. убедить потребителя купить товар;**
 - b. заинтересовать потребителя;
 - c. зарекомендовать себя на рынке продукции;
 - d. заинтриговать потребителя.

8. Фирменный блок представляет собой...
 - a. Полное собрание элементов фирменного стиля
 - b. Сочетание фирменной цветовой гаммы, слогана, фирменного знака;
 - c. Часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;**
 - d. Сочетание фирменного знака и слогана.

Вариант 2

1. В три раза лучше запоминаются заголовки рекламных текстов...
 - a. Содержащие менее шести слов;**
 - b. Содержащие 2-3 слова;
 - c. Связанные по смыслу;
 - d. В стихотворной форме.
2. Цвета белый, черный и все оттенки серого называются...
 - a. Хроматическими;
 - b. Ахроматическими;**
 - c. Бесцветными;
 - d. Свободными.
3. Титульный шрифт применяется - ...
 - a. Для заголовков статей и рубрик;
 - b. для набора титулов, обложек, рубрик, газетных заголовков;**
 - c. для названия газет и журналов;
 - d. для оформления титульного листа работы.
4. Корпоративный герой - ...
 - a. Определенный персонаж или образ, закрепленный за фирмой, и олицетворяющий дух ее деятельности;**
 - b. Человек являющийся «лицом» компании;
 - c. Представитель данной компании;
 - d. Изображение животного на эмблеме компании.
5. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния....
 - a. Светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;**
 - b. Светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;
 - c. Светлые предметы становятся светлее, темные – темнее;
 - d. Все предметы остаются прежними.
6. Логотип - ...
 - a. Изображение корпоративного героя компании;
 - b. Цветное изображение фирменного знака компании;
 - c. Оригинальное шрифтовое начертание полного сокращенного наименования фирмы или группы ее товаров;**
 - d. Определенный персонаж или образ, закрепленный за фирмой и олицетворяющий дух ее деятельности.
7. Фирменный блок представляет собой...
 - a. Полное собрание элементов фирменного стиля;
 - b. Сочетание фирменной цветовой гаммы, слогана, фирменного знака;
 - c. Часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;**
 - d. Сочетание фирменного знака и слогана.
8. Контрастные гармоничные цвета, по цветовому кругу Гете....
 - a. Под углом 90 градусов;
 - b. По равнобедренному треугольнику;
 - c. Под острым углом;
 - d. Лежащие напротив.**

ОПК-6.1: Понимает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности

Знать: основы системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования

Уметь: демонстрировать знание основ системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования

Владеть: основами системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования

Показатель оценивания: умение использовать различные технологии блочной верстки Web-страниц на практике.

Вариант 1

1. Возможности CSS?

Выберите по крайней мере один ответ:

- a. **Управление представлением данных для различных сред, устройств**
- b. Изменение HTML-кода веб страницы
- c. **Управление визуальным представлением контента**
- d. Изменение содержания контента

2. Какой тег определяет переход на следующую строку?

- a. **
**
- b. <a>
- c. <div>
- d.

3. Какие способы верстки Web-страниц есть?

- a. **блочные**
- b. **табличные**
- c. иерархические
- d. реляционные

4. Веб-страница однозначно определяется

- a. изображениями
- b. содержанием
- c. css-файлом
- d. **адресом url**
- e. веб-сервером

5. В HTML так начинается, заканчивается (т.е. описывается) документ, представляющий собой совокупность контейнеров

- a. написанием функции;
- b. скобками такого вида ();
- c. **тегами;**
- d. скобками вида </>

переменными.

6. HTML. Тег, позволяющий присвоить НАЗВАНИЕ документу:

- a. Body
- b. Html
- c. **Title**
- d. H2
- e. Head

7. В HTML задается положение рисунка с помощью:

- a. ;
 - b. ;**
 - c. ;
 - d. ;
 - e.
8. Домен - это ...
- a. название устройства, осуществляющего связь между компьютерами;
 - b. название программы для осуществления связи между компьютерами;
 - c. часть адреса, определяющая адрес компьютера пользователя в сети;**
 - d. имя веб-сайта
 - e. единица измерения информации.
9. Записывая абзац, между двумя соседними словами вы поставили 5 пробелов. Сколько пробелов вы увидите в браузере?
- a. пять;
 - b. один;**
 - c. ни одного;
 - d. два.
10. Какой тег способен изменить цвет фона документа?
- a. <HTML> ... </HTML>
 - b. <BODY>...<BODY>**
 - c. ...
 - d. <P>...</P>

Вариант 2

1. Как задать, чтобы фоновая картинка повторялась только по вертикали?
 - a. background-repeat: repeat-vertical
 - b. background-repeat: repeat
 - c. background-repeat: repeat-y**
 - d. background-repeat: repeat-x
2. Как задать margin по вертикали 10px, а по горизонтали 0?
 - a. margin: 10px 0;**
 - b. margin: 0 0 10px 0
 - c. margin: 10px
 - d. margin: 0 10px;
3. Какое стилевое свойство задаёт цвет фона элемента?
 - a. background-clip
 - b. color
 - c. background-color**
 - d. background-image
4. Какое значение свойства overflow запрещает переполнение?
 - a. none
 - b. visible
 - c. hidden**
 - d. scroll
5. Для абзаца задали стиль: p { margin: 10px 0; }. Какое расстояние будет между двумя ближайшими абзацами?
 - a. 20px
 - b. 15px
 - c. 10px**
 - d. 0
6. Какое значение свойства display меняет тип элемента на блочный?
 - a. flex

- b. **block**
 - c. inline-block
 - d. list-item
7. Какое стилевое свойство задаёт толщину границы?
- a. border-size
 - b. border-length
 - c. **border-width**
 - d. border-style
8. Какое стилевое свойство делает элемент невидимым?
- a. transparent
 - b. **visibility**
 - c. hidden
 - d. display
9. Какое стилевое свойство задаёт цвет границы?
- a. **border-color**
 - b. border-width
 - c. border-radius
 - d. border-style
10. Какое значение свойства display меняет тип элемента на строчный?
- a. **inline**
 - b. inline-block
 - c. list-item
 - d. flex

ОПК-6.2: Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Знать: методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий

Уметь: применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий

Владеть: навыками применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий

Показатель оценивания: умение использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и web-технологии для наполнения и создания Web-страниц.

Вариант 1

1. В каком формате нельзя показывать проект клиенту?
 - a. .jpg
 - b. **.psd**
 - c. .png
 - d. .gif
2. RGB это ppi а у CMYK это...
 - a. Pixel per inch
 - b. **Dots per inc**
 - c. Screen resolution
 - d. IPS

3. Комплиментарный цвет синего – это...
 - a. Красный
 - b. Зеленый
 - c. Желтый
 - d. **Оранжевый**
4. Графическое изображение с фигурой по центру относится к типу композиции:
 - a. Уравновешенный
 - b. Ассиметричный
 - c. **Упрощенный**
5. Расположение графических и текстовых объектов – это...
 - a. Организация
 - b. Воркфлоу
 - c. **Композиция**
 - d. Кернинг
6. В Баухауз считают, что основные три цвета для графического дизайна это:
 - a. Красный, зеленый, синий
 - b. **Красный, черный и белый**
 - c. Красный, синий и желтый
 - d. Красный, серый, белый
7. Изображение сделано в векторе...
 - a. Ограничено большим размером
 - b. **Масштабируется**
 - c. Популярно среди фотографов
 - d. Открывается в Gimp или PhotoShop
8. Что из этого не является элементом дизайна?
 - a. Линия
 - b. Фигура
 - c. **Единство**
 - d. Текстура
9. Это первый цвет, на который реагирует человеческий глаз, когда он попадает в поле зрения
 - a. **Красный**
 - b. Синий
 - c. Зеленый
 - d. Белый
10. Назовите атрибут обязательный для тега :
 - a. **src;**
 - b. with;
 - c. title;
 - d. href.

Вариант 2

1. Для вставки изображения в документ HTML используется команда:
 - a. ****
 - b. <body background="ris.jpg">
 - c.
 - d. <input="ris.jpg">
 2. Каким тегом объявляется web-страница?
 - a. **<html> </html>**
 - b. <head></head>
 - c. <title></title>
-

- d. `<body></body>`
3. Какой код для пустой web-страницы правильный?
- `<html><head><title></head><body></body></html>`
 - `<html><head><title></title></head><body></body></html>`**
 - `<html><head><title><body></body></html>`
 - `<html><head><title></title></head><body></body>`
4. Каким тегом задается вставка гиперссылки на web-страницу?
- `<font color="..."> </font>`
 - ``
 - `<a rel="nofollow ugc" target="_blank" href="..."> </a>`**
 - `<a name="..."></a>`
5. Инструкция браузеру, указывающая способ отображения текста:
- Программный код
 - Тэг**
 - Файл
 - Гиперссылка
6. Какие теги задают размер заголовка?
- `<p></p>`
 - ``
 - `<body></body>`
 - `<h1></h1>`**
7. В каком коде абзац «Системы счисления» выровнен по центру
- `<body><h3 align="center">Системы счисления</h3></body>`
 - `<body><p align="center">Системы счисления</p></body>`**
 - `<body><font align="center">Системы счисления</font></body>`
8. Параметр формы `<method>` определяет:
- Протокол HTTP;**
 - Имя окна или фрейма, куда обработчик будет загружать результат
 - Имя формы
 - Адрес программы или документа, который обрабатывает данные формы
9. Каким тегом определяется маркированный список
- `<OL>...</OL>`
 - `<DL>...</DL>`
 - `<UL>...</UL>`**
10. С помощью какого тега определяется строка таблицы
- `<tr>...</tr>`**
 - `<br>...</br>`
 - `<th>...</th>`

ОПК-6.3: Демонстрирует навыки применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности

Знать: методы проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий

Уметь: демонстрировать навыки проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий

Владеть: навыками проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий

Показатель оценивания: умение кодировать на языке гипертекстовой разметки HTML и каскадных таблиц стилей CSS, верифицировать структуру программного кода.

Вариант 1

1. Что не является основным принципом адаптивного дизайна?

- a. Работа с медиа-запросами
 - b. Применение гибкого макета на основе сетки
 - c. **Специально разработанное приложение под конкретную мобильную платформу**
 - d. Использование гибких изображений
2. Что такое конверсия?
- a. Ощущения, возникающие у человека при непосредственном взаимодействии с объектами окружающего мира
 - b. **Это показатель, выраженный в процентном соотношении, который показывает, какое количество посетителей сайта совершило требуемое действие**
 - c. Это совокупность средств, при помощи которых пользователь взаимодействует с веб-сайтом
3. Что такое хроматичность?
- a. Количество черного в цвете
 - b. Количество белого в цвете
 - c. Количество серого в цвете
 - d. **Количество цвета в цвете**
4. Где изображена кнопка-призрак?

- a. Кнопка-призрак – это пасхалка, ее не видно невооруженным взглядом
- b.



- c.



- d.



5. Сколько времени люди могут полностью сосредотачиваться на одной теме?
- a. Около 3 минут
 - b. **Примерно полчаса**
 - c. Около 10 минут
 - d. Около 40 минут
6. Где задают трекинг и кернинг?
- a. На палитре Контуры
 - b. **На палитре Символ**
 - c. На палитре Стили
 - d. На палитре Абзац

7. Какой тип композиции представлен на рисунке?

- a. Смешанная
- b. Динамичная**
- c. Статичная
- d. Ритмичная



8. Что такое антиквенные шрифты

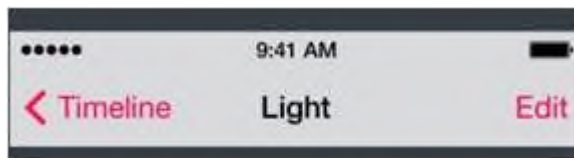
- a. Декоративный шрифт
- b. Шрифты без засечек
- c. Шрифты с засечками**
- d. Шрифты имитирующие рукописное письмо

9. Что такое UI дизайн?

- a. Это эмоции, чувства и опыт
- b. Комплекс мер, направленных на решение конкретной проблемы пользователя
- c. Постановка целей и задач – чего в итоге нам необходимо достичь
- d. UI – пользовательский интерфейс – инструмент, который позволяет человеку эффективно взаимодействовать с каким-либо продуктом: сайт, приложение, софт и т.д.**

10. Как называется эта область?

- a. Navigation bar
- b. Segmented Control**
- c. Toolbar
- d. Tab bar



Вариант 2

1. Что такое прототип в веб-дизайне?

- a. способ генерации идей
- b. пример сайта, предоставленный клиентом
- c. упрощённая начальная версия конечного продукта**

2. Какое из следующих утверждений является примером хорошего дизайна веб-сайта?

- a. наличие навигации, которая делает использование веб-сайта интуитивно понятным**
- b. наличие максимально детальной инструкции, объясняющей как пользоваться сайтом
- c. наличие большого количества мигающей анимации, привлекающей внимание пользователя

3. Выберите утверждение, относящееся к инструкции <!DOCTYPE>, которое Вы считаете правильным

- a. Позволяет встроить объект с заранее известным браузеру MIME-типом
- b. Позволяет задавать различные визуальные свойства HTML-тегам
- c. Определяет пару имя/значение, описывающую некоторое свойство документа: информацию об авторе, список ключевых слов и т.п.
- d. Указывает, какой DTD (определение типа документа) использовать в данном документе**

4. Каким образом иллюстрацию можно отобразить в центре окна браузера (по горизонтали)?

- a. С помощью атрибута ALIGN="CENTER" окружающего тега <DIV>**
- b. С помощью атрибута ALIGN="CENTER" окружающего тега <P>**
- c. С помощью атрибута ALIGN="MIDDLE" тега
- d. С помощью атрибута ALIGN="CENTER" тега
- e. Это невозможно сделать никакими тегами HTML

5. Каким селектором выбирается первый дочерний HTML-элемент внутри текущего элемента

- a. `div p:first-line`
 - b. `div p:first-baby`
 - c. **`div p:first-child`**
 - d. `div p:first-kid`
 - e. `div p:first-infant`
6. Правило с селектором `DIV > P` выберет
- a. Ничего не выберет
 - b. `DIV`
 - c. **Все ближайшие вложенные (дочерние) элементы `P` внутри `DIV`**
 - d. Все элементы `P` внутри `DIV` на любом уровне вложенности
7. С помощью какого селектора-псевдоэлемента можно выбрать элементы для изменения стилей первой буквы содержимого
- a. **`:first-letter`**
 - b. `:first-char`
 - c. `:first-type`
 - d. `:first-line`
8. Выберите правильные варианты записи правил для оформления текста параграфа шрифтом Arial, размером 20px, полужирным форматом с высотой строки 30px
- a. **`p {font: bold 20px Arial; line-height: 30px}`**
 - b. `p {font: 20px Arial; line-height: 30px; text-weight: bold}`
 - c. `p {font: bold 20px/30px Arial}`
 - d. `p {font: 900 20px Arial; line-height: 30px; }`
9. Какой тег позволяет указать кодировку символов (CHARSET)?
- a. `<LINK>`
 - b. **`<META>`**
 - c. `<HEAD>`
 - d. `<OBJECT>`
 - e. `<STYLE>`
10. Какой будет отступ первой строки параграфа при указанных ниже стилях `div {width: 400px; font-width: 200px} p {text-indent: 10%}`
- a. **40px**
 - b. 20px
 - c. 8px
 - d. 10px

Практико-ориентированные задания для оценки сформированности компетенций в соответствии с индикаторами их достижения

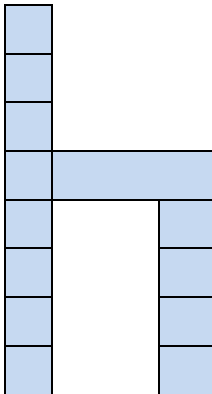
Задание на создание элементов Web-страницы

ОПК-3.1: Использует информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач

Подпись таблицы

Ячейка колонтитула 1	Ячейка колонтитула 2	Ячейка колонтитула 3
Ячейка 1	Ячейка 2	Ячейка 3
	Ячейка 4	
Ячейка колонтитула 4	Ячейка колонтитула 5	Ячейка колонтитула 6

1. С помощью табличных тегов, создайте следующую структуру таблицы



2. С помощью табличных тегов, создайте следующую структуру таблицы

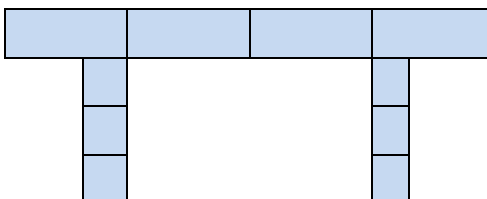
Nissan		
Модель	Комплектация	Наличие
Nissan Qashqai	VISIA	+
	TEKNA	+
Nissan X-Trail	ACENTA	+
	CONNECTA	-

ОПК-3.2: Решает стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры.

3. С помощью табличных тегов, создайте следующую структуру вложенной таблицы.

Lorem	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
Ipsum	adipiscing elit, sed diam nonummy nibh
Dolor	eiusmod tincidunt ut laoreet dolore magna
Sit	aliquam erat volutpat. Ut wisis enim ad
Amet	minim veniam, quis nostrud exerci tution
	ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip
	ex ea commodo consequat.

4. С помощью табличных тегов, создайте следующую структуру таблицы



5. С помощью табличных тегов, создайте следующую структуру таблицы

Коммерческий отдел				Технический отдел	
Образец заказчика		Сканирование		Формат бумаги	
Фото, слайды заказчика		Компьютерная обработка		Формат листа (мм*мм)	
Фотовывод		Набор текста		Количество листов	
Кальки		Дизайн, графика		К-во листов на раскат/привод.	
Формы		Верстка		К-во изделий на листе	
Логотип «Принт-Мастер»		Макет			
Примечания					

ОПК-3.3: Способен обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем

6. С помощью табличных тегов, создайте следующую структуру таблицы

ОПК-6.1: Демонстрирует знание основ системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования.

1. С помощью табличных тегов, создайте следующую структуру таблицы



Министерство культуры и массовых коммуникаций РФ
МХАТ им. М. Горького
 Тверской бульвар, 22
 Основная сцена

ОБРЫВ	
Цена 300 руб.	Партер
Ряд 16	Место 15
9 ноября 2007 г.	в 19:00
Утвержден приказом Минфина РФ от 25.02.2000 № 20н	б/кн №000058
Код формы по ОКУД 0793001	серия АВ № 291387

2. Оформите HTML-документ по образцу:

Это Тригонометрическое уравнение

$$\sin^2 x - 3 \sin x \cos x + 2 \cos^2 x = 0$$

$z_1 * z_2 = r_1 * r_2 (\cos(b_1 + b_2) + i \sin(b_1 + b_2))$ — а это просто уравнение с тремя неизвестными

Тип шрифта – Arial, размер – 13, начертание – полужирный, Выравнивание – по центру

Тип шрифта – Arial, размер – 12,
 начертание – Подчеркнутый, от-
 ступ Абзаца слева – 8 см, цвет
 текста – красный, Цвет подчерки-
 вания - синий., поместите текст в
 рамку.



3. Оформите HTML-документ. Создайте тест по образцу. Установите гиперссылки на каждый вариант ответа. Если ответ неправильный, то перейдите на фрагмент с правильным ответом. Если ответ правильный перейдите на следующий вопрос. Например, в первом фрагменте правильный ответ **b**, значит необходимо установить гиперссылку на фрагмент 2. С ответом **a** и **c** необходимо перейти на фрагмент 5. С фрагмента 5 следует вернуться снова к фрагменту 1 и т.д.

Фрагмент 1.

Какое место в памяти компьютера занимает один символ?

- a) 1 бит;
- b) 1 байт;
- c) 1 байт и 1 бит.

Фрагмент 2.

Чему равен один байт?

- a) 8 килобит;
- b) 10 бит;
- c) 8 бит.

Фрагмент 3.

Основными параметрами процессора являются:

- a) Разрядность, тактовая частота;
- b) Размер в дюймах, CMOS память;
- c) Количество, подключаемых устройств, объем оперативной памяти.

Фрагмент 4.

При выключении компьютера вся информация стирается:

- a) На гибком диске;
- b) На CD-ROM;
- c) в оперативной памяти.

Фрагмент 5.

Ответ: b – 1 байт. Вернуться назад.

Фрагмент 6.

Ответ: c – 8 бит. Вернуться назад.

Фрагмент 7.

Ответ: a – Разрядность, тактовая частота. Вернуться назад.

Фрагмент 8.

Ответ: c – В оперативной памяти. Вернуться назад.

ОПК-6.2: Способен применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий.

4. Повторите страницу по данному по образцу:

Списки

Список цветов

- Красный
- Желтый
- Зеленый
- Синий

Список студентов

1. Иванов
2. Петров
3. Сидоров
4. Николаев

Список студентов

1. Иванов
 - Возраст - 23 года
 - Курс - 3
2. Петров
 - Возраст - 19 лет
 - Курс - 2
3. Сидоров
 - Возраст - 18 лет
 - Курс - 1

Повторите страницу по данному по образцу, используя CSS код:



ОПК-6.3: Демонстрирует навыки проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий.

5. Повторите страницу по данному по образцу, используя CSS код:



6. Повторите страницу по данному по образцу, используя CSS. Узор можно использовать любой

Сайт с узорчиком

Integer odio risus, imperdiet vitae orci non, pulvinar suscipit dui. Proin condimentum luctus nulla, ut bibendum mi convallis nec. Vestibulum at venenatis nulla. Vivamus ligula justo, commodo eget quam a, aliquam semper dolor. Donec dapibus nunc hendrerit turpis porta auctor. Maecenas in hendrerit felis. Quisque id ligula a dui rhoncus sodales ac eu nulla. Vestibulum ac dignissim nulla. Fusce sollicitudin nisl massa, quis viverra metus condimentum non. Fusce quis viverra enim, id viverra libero. In accumsan justo enim, fringilla egestas ipsum suscipit at. Etiam sed quam mi. Vestibulum ultricies nisi luctus convallis malesuada. Nulla eleifend blandit lacus, sed volutpat erat cursus nec. Praesent volutpat sagittis ligula, ac sollicitudin felis commodo non. Mauris vel nunc vel metus congue tristique at ut augue. Quisque id orci sed lacus mattis rhoncus. Pellentesque mattis pharetra molestie. Nunc non cursus nisl. Ut sed rhoncus enim, non placerat ipsum. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Nullam nisi sapien, pellentesque in dui sit amet, rhoncus vestibulum sem. Maecenas est justo, ullamcorper at pretium at, pharetra sit amet leo. Vivamus sem sem, iaculis non massa rhoncus, commodo placerat eros. Quisque egestas tellus at enim luctus elementum. Nam id libero felis. Etiam eu nisi nulla. Donec egestas aliquam tortor, sed tincidunt enim viverra ut. Donec accumsan ac erat quis egestas. Etiam mauris massa, ultricies suscipit augue sit amet, tempor bibendum eros. Vivamus aliquet nibh at varius rhoncus. Duis risus sapien, semper ut arcu sit amet, adipiscing dictum lorem. Curabitur sit amet nisi cursus, mattis lectus sed, consequat turpis. Praesent a tincidunt nisi. Vestibulum dolor libero, pharetra vel mi eget, tincidunt rutrum nibh. Quisque sagittis facilisis eros non aliquet. Integer diam lorem, tincidunt vitae bibendum id, pulvinar non nibh. Proin varius dolor sed felis lobortis molestie. Vestibulum varius neque vel sem volutpat consectetur. Quisque elit turpis, molestie at massa quis, scelerisque tincidunt purus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla pharetra risus erat, eu imperdiet felis suscipit at. Vivamus rhoncus vel neque non eleifend. Donec adipiscing eros quis molestie sodales. Proin vitae nulla ut sem lobortis scelerisque. Aliquam



Вопросы к дифференцированному зачету:

Раздел 1. Основы языка гипертекстовой разметки HTML 5

1. Принцип работы сайтов
2. Основные понятия языка HTML. Инструментарий пользователя
3. Структура HTML-документа
4. Emmet – плагин для молниеносной верстки
5. Разделы HEAD и BODY
6. Теги, используемые для декоративной обработки элементов Web-страницы
7. Теги физического и логического форматирования текста
8. Гиперссылки
9. Таблицы
10. Фреймы
11. Формы
12. Теги <div> и . Группировка элементов страницы

Раздел 2. Каскадные таблицы стилей CSS

13. Форматирование Web-страниц с помощью каскадной таблицы стилей. Основные понятия.
14. Способы встраивания определения стиля
15. Вынесение таблицы стилей в отдельный файл. Приоритет применения стилей
16. Форматирование шрифтов и абзацев

17. Внутренние и внешние отступы. Единицы измерения в CSS
18. Рамки
19. Фон элемента страницы. Фоновый рисунок
20. Списки
21. Псевдостили гиперссылок. Виды курсора.

III. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходит в компьютерном классе в устной форме. Практические задания выполняются за компьютером. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Введение в профессию»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.1: Понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда
Знать: принципы самовоспитания и самообразования
Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования
Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда
Показатель оценивания: понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда
УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
УК-10.1: Понимает сущность коррупционного поведения, экстремистской и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
Знать: сущность коррупционного поведения, экстремизму и терроризму
Уметь: определять взаимосвязь коррупционного поведения, экстремизма и терроризма с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
Владеть: навыками выявления коррупционного поведения, экстремизма и терроризма
Показатель оценивания: понимает сущность коррупционного поведения, экстремистской и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Знать: цели и задачи профессиональной деятельности в соответствии с социологическими данными и с запросами и потребностями общества;
Уметь: определять соответствие аудитории и канала коммуникации;
Владеть: выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке.
Показатель оценивания: соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Знать: особенности организации коммуникаций, основные механизмы взаимосвязи поведения сотрудников и эффективности организации;
Уметь: выстраивать эффективные корпоративные коммуникационные каналы и использовать современные технические средства передачи информации, вести подготовку рекламных продуктов;
Показатель оценивания: использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4.3: Применяет навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Знать: особенности соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Уметь: интерпретировать результаты социологических данных под запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп в профессиональной деятельности.
Владеть: навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Показатель оценивания: применяет навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа- коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1: Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью; основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций основные технологии в сфере рекламы; основные технологии в сфере связей с общественностью; основные этапы разработки и организации специального события как как технологии интегрированных коммуникаций; специфику социальной рекламы; историю рекламы и связей с общественностью.
Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; грамотно сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; проводить СВOT анализ ситуации в организации; работать со СМИ.
Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами.
Показатель оценивания: понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы в организациях различного типа;
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации;
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур.
Показатель оценивания: осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-5.3: Применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть: навыками учета тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Шкала оценивания – зачтено, не зачтено

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично,

последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-6.1: Понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда
Знать: принципы самовоспитания и самообразования
Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования
Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда
Показатель оценивания: понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- Каков главный принцип взаимодействия с внешней средой в PR?**
 - главный принцип - обеспечение обратной связи;
 - главный принцип - полнота направляемой информации;
 - главный принцип - достоверность информации;
 - главный принцип - регулярность информирования.
- Какова история возникновения связей с общественностью как сферы деятельности?**
 - PR зародились в России в период сталинизма;
 - PR зародились в Японии 200 лет назад;
 - PR зародились в Германии 100 лет назад;
 - PR зародились в США более 100 лет назад.
- Кто автор первого учебника по PR, переведенного на русский язык?**

- А. Ф. Котлер;
- Б. С. Блэк;
- В. С. Некрасов;
- Г. Э. Бернайс.

4. Соотнесите понятия «менеджмент» и «PR»:

- А. это разные, несовместимые понятия;
- Б. PR — разновидность менеджмента;
- В. это противоположные понятия;
- Г. это одно и то же.

5. Ситуационная задача.

Составьте максимально подробный план презентации нового аэропорта в областном центре. Предполагается, что аэропорт будет предназначен главным образом для обслуживания туристических рейсов, выполняемых силами местных авиакомпаний. Учтите, что бюджет мероприятия не может быть слишком велик. В ходе подготовки и проведения презентации должны быть опубликованы три пресс-релиза, которые вам необходимо написать.

6. Ситуационная задача.

Проанализируйте деятельность PR-службы организации, в которой вы работаете. Обратите особое внимание на распределение должностных позиций и профессиональные качества сотрудников, связи с внутренней общественностью, регулярность и полноту мониторинга СМИ, выбор представителей прессы для постоянных контактов, отношения с другими отделами, внешними вспомогательными организациями. Существует ли постоянный контакт между отделом и руководством организации? Насколько высоко оценивает работу отдела руководство? Составьте перечень обнаруженных недостатков. Что, по вашему мнению, можно сделать для их устранения?

7. Ситуационная задача.

Самолет вашей авиакомпании потерпел катастрофу, упав с большой высоты. На борту находилось порядка 170 чел., выживших нет. Точные причины катастрофы пока не установлены, возможно, роковую роль сыграли погодные условия. Однако сразу же в экстренных выпусках новостей прозвучала неподтвержденная версия о недостаточной квалифицированности пилотов. В ближайшие дни можно ожидать многочисленных публикаций в СМИ с привлечением «экспертов», которые всю вину попытаются возложить на вашу авиакомпанию. Составьте подробный план действий PR-службы в этой ситуации. Ваша задача: 1) Обеспечить надлежащее информирование родственников погибших; 2) Возможно скорее опубликовать результаты расследования, чтобы пресечь недобросовестные публикации в СМИ; 3) Провести необходимое освещение деятельности авиакомпании, направленной на преодоление последствий катастрофы.

8. Ситуационная задача.

Руководство российской авиакомпании, выделившейся из состава «Аэрофлота» в начале 90-х гг. и специализирующейся на внутренних пассажирских перевозках средней дальности, обнаруживает растущую неконкурентоспособность своего предприятия. Оно принимает решение провести ребрендинг. Вам поручено подготовить его проект. Составьте план своих действий. Учтите, что качество обслуживания пассажиров в авиакомпании до сих пор оставалось на уровне стандартов «Аэрофлота» советских времен.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Соотнесите понятия «менеджмент» и «PR»:

- А. это разные, несовместимые понятия;
- Б. PR — разновидность менеджмента;
- В. это противоположные понятия;
- Г. это одно и то же.

2. Кто автор первого учебника по PR, переведенного на русский язык?

- А. Ф. Котлер;
- Б. С. Блэк;
- В. С. Некрасов;
- Г. Э. Бернайс.

3. Каков главный принцип взаимодействия с внешней средой в PR?

- А. главный принцип - обеспечение обратной связи;
- Б. главный принцип - полнота направляемой информации;
- В. главный принцип - достоверность информации;
- Г. главный принцип - регулярность информирования.

4. Какова история возникновения связей с общественностью как сферы деятельности?

- А. PR зародились в России в период сталинизма;
- Б. PR зародились в Японии 200 лет назад;
- В. PR зародились в Германии 100 лет назад;
- Г. PR зародились в США более 100 лет назад.

5. Ситуационная задача.

Проанализируйте деятельность PR-службы организации, в которой вы работаете. Обратите особое внимание на распределение должностных позиций и профессиональные качества сотрудников, связи с внутренней общественностью, регулярность и полноту мониторинга СМИ, выбор представителей прессы для постоянных контактов, отношения с другими отделами, внешними вспомогательными организациями. Существует ли постоянный контакт между отделом и руководством организации? Насколько высоко оценивает работу отдела руководство? Составьте перечень обнаруженных недостатков. Что, по вашему мнению, можно сделать для их устранения?

6. Ситуационная задача.

Составьте максимально подробный план презентации нового аэропорта в областном центре. Предполагается, что аэропорт будет предназначен главным образом для обслуживания туристических рейсов, выполняемых силами местных авиакомпаний. Учтите, что бюджет мероприятия не может быть слишком велик. В ходе подготовки и проведения презентации должны быть опубликованы три пресс-релиза, которые вам необходимо написать.

7. Ситуационная задача.

Руководство российской авиакомпании, выделившейся из состава «Аэрофлота» в начале 90-х гг. и специализирующейся на внутренних пассажирских перевозках средней дальности, обнаруживает растущую неконкурентоспособность своего предприятия. Оно принимает решение провести ребрендинг. Вам поручено подготовить его проект. Составьте план своих действий. Учтите, что качество обслуживания пассажиров в авиакомпании до сих пор оставалось на уровне стандартов «Аэрофлота»

советских времен.

8. Ситуационная задача.

Самолет вашей авиакомпании потерпел катастрофу, упав с большой высоты. На борту находилось порядка 170 чел., выживших нет. Точные причины катастрофы пока не установлены, возможно, роковую роль сыграли погодные условия. Однако сразу же в экстренных выпусках новостей прозвучала неподтвержденная версия о недостаточной квалификации пилотов. В ближайшие дни можно ожидать многочисленных публикаций в СМИ с привлечением «экспертов», которые всю вину попытаются возложить на вашу авиакомпанию. Составьте подробный план действий PR-службы в этой ситуации. Ваша задача: 1) Обеспечить надлежащее информирование родственников погибших; 2) Возможно скорее опубликовать результаты расследования, чтобы пресечь недобросовестные публикации в СМИ; 3) Провести необходимое освещение деятельности авиакомпании, направленной на преодоление последствий катастрофы.

УК-10.1: Понимает сущность коррупционного поведения, экстремистской и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями

Знать: сущность коррупционного поведения, экстремизма и терроризма

Уметь: определять взаимосвязь коррупционного поведения, экстремизма и терроризма с социальными, экономическими, политическими и иными условиями

Владеть: навыками выявления коррупционного поведения, экстремизма и терроризма

Показатель оценивания: **понимает сущность коррупционного поведения, экстремистской и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями**

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Понятие целевой аудитории в PR:

- А. целевые аудитории выделяются на основе технологии для каждой PR -программы;
- Б. целевые аудитории выделяются произвольно, по вкусу специалистов и руководителей;
- В. целевая аудитория может быть только одна;
- Г. Нет такого понятия в PR.

2. Согласны ли вы, что управление общественными связями представляет собой деятельность по формированию общественного мнения и управлению им.

- А. нет;
- Б. да;
- В. необходимо добавить: «по изучению общественного мнения».
- Г. затрудняюсь ответить.

3. Как формируется общественное мнение?

- А. только стихийно;
- Б. государством;
- В. общественного мнения фактически не существует, это условная категория;
- Г. общественное мнение можно сформировать целенаправленно.

4. Правовые основы PR:

- А. деятельность PR не регулируется никакими официальными законодательными актами;
- Б. деятельность PR регулируется Законом «О рекламе»;
- В. деятельность PR не может регулироваться законодательно в силу ее специфики;

Г. другое – написать.

5. Ситуационная задача.

Проанализируйте президентскую избирательную кампанию В.В. Путина в 2018 г.

6. Ситуационная задача.

Проанализируйте президентскую избирательную кампанию С.Бабурина в 2018 г.

7. Ситуационная задача.

Проанализируйте президентскую избирательную кампанию П.Грудинина в 2018 г.

8. Ситуационная задача.

Проанализируйте президентскую избирательную кампанию К.Собчак в 2018 г.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Правовые основы PR:

- А. деятельность PR не регулируется никакими официальными законодательными актами;
- Б. деятельность PR регулируется Законом «О рекламе»;
- В. деятельность PR не может регулироваться законодательно в силу ее специфики;
- Г. другое – написать.

2. Как формируется общественное мнение?

- А. только стихийно;
- Б. государством;
- В. общественного мнения фактически не существует, это условная категория;
- Г. общественное мнение можно сформировать целенаправленно.

3. Согласны ли вы, что управление общественными связями представляет собой деятельность по формированию общественного мнения и управлению им.

- А. нет;
- Б. да;
- В. необходимо добавить: «по изучению общественного мнения».
- Г. затрудняюсь ответить.

4. Понятие целевой аудитории в PR:

- А. целевые аудитории выделяются на основе технологии для каждой PR -программы;
- Б. целевые аудитории выделяются произвольно, по вкусу специалистов и руководителей;
- В. целевая аудитория может быть только одна;
- Г. Нет такого понятия в PR.

5. Ситуационная задача.

Проанализируйте президентскую избирательную кампанию К.Собчак в 2018 г.

6. Ситуационная задача.

Проанализируйте президентскую избирательную кампанию П.Грудинина в 2018 г.

7. Ситуационная задача.

Проанализируйте президентскую избирательную кампанию В.В. Путина в 2018 г.

8. Ситуационная задача.

Проанализируйте президентскую избирательную кампанию С.Бабурина в 2018 г.

ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Знать: цели и задачи профессиональной деятельности в соответствии с социологическими данными и с запросами и потребностями общества;
Уметь: определять соответствие аудитории и канала коммуникации;
Владеть: выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке.
Показатель оценивания: соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Национальные профессиональные организации:

- А. РАСО создана в 2000 году;
- Б. РАСО создана в 1991 году;
- В. РАСО создана при ООН;
- Г. РАСО создана в Европе.

2. Что означает принцип обратной связи и PR?

- А. это понятие техническое;
- Б. это означает — получить ответ на письмо или статью;
- В. Нет такого принципа;
- Г. это важный принцип получения заинтересованной реакции целевой аудитории в ответ на акцию.

3. Имеет ли отношение к PR понятие «социально ответственный бизнес»?

- А. да;
- Б. нет;
- В. имеет только в коммерческой сфере;
- Г. имеет только в некоммерческой сфере.

4. Какое мнение о работе пресс-секретаря вы считаете верным?

- А. это такой же журналист, только зарплату получает не в редакции;
- Б. это такой журналист, который выступает от лица руководителя какой-либо организации;
- В. это журналист, который не способен работать творчески, потому идет служить во власть;

5. Ситуационная задача.

Социальный пресс-релиз в PR деятельности. Составьте проект.

6. Ситуационная задача.

Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы (на примере конкретной фирмы).

7. Ситуационная задача.

Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа (на примере конкретной фирмы).

8. Ситуационная задача.

Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу- бизнес, брендинг) на конкретном примере.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Какое мнение о работе пресс-секретаря вы считаете верным?**
 - А. это такой же журналист, только зарплату получает не в редакции;
 - Б. это такой журналист, который выступает от лица руководителя какой-либо организации;
 - В. это журналист, который не способен работать творчески, потому идет служить во власть;
 - Г. работа пресс-секретаря требует особой квалификации, не каждый журналист сможет быть пресс-секретарем.

 - 2. Что означает принцип обратной связи и PR?**
 - А. это понятие техническое;
 - Б. это означает — получить ответ на письмо или статью;
 - В. Нет такого принципа;
 - Г. это важный принцип получения заинтересованной реакции целевой аудитории в ответ на акцию.

 - 3. Национальные профессиональные организации:**
 - А. РАСО создана в 2000 году;
 - Б. РАСО создана в 1991 году;
 - В. РАСО создана при ООН;
 - Г. РАСО создана в Европе.

 - 4. Имеет ли отношение к PR понятие «социально ответственный бизнес»?**
 - А. да;
 - Б. нет;
 - В. имеет только в коммерческой сфере;
 - Г. имеет только в некоммерческой сфере.

 - 5. Ситуационная задача.**

Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу- бизнес, брендинг) на конкретном примере.

 - 6. Ситуационная задача.**

Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа (на примере конкретной фирмы).

 - 7. Ситуационная задача.**

Социальный пресс-релиз в PR деятельности. Составьте проект.

 - 8. Ситуационная задача.**

Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы (на примере конкретной фирмы).
-

ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Знать: особенности организации коммуникаций, основные механизмы взаимосвязи поведения сотрудников и эффективности организации;
Уметь: выстраивать эффективные корпоративные коммуникационные каналы и использовать современные технические средства передачи информации, вести подготовку рекламных продуктов;
Показатель оценивания: использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Какое высказывание о пресс-релизе верное?**
 - А. пресс-релиз направляется во все организации и СМИ;
 - Б. пресс-релиз направляется только в органы власти;
 - В. пресс-релиз можно отправлять только в СМИ;
 - Г. пресс-релиз отправляется только почтой.

2. **Проведение презентации является важным событием для организации. Выберите верный вариант суждения по поводу презентации:**
 - А. на презентацию могут прийти все желающие;
 - Б. журналисты должны быть приглашены на презентацию обязательно;
 - В. на презентацию приглашают только представителей власти для одобрения;
 - Г. презентация проводится в основном для важных персон, от которых зависит будущее организации.

3. **Пресс-конференция — мероприятие, на которое независимо от темы необходимо пригласить политиков, известных людей. Это повысит авторитет организации. Ваш вариант оценки данного тезиса:**
 - А. нет, это неверно, т. к. пресс-конференция — мероприятие для журналистов. На их вопросы отвечают представители организации, которая проводит пресс-конференцию;
 - Б. верно;
 - В. такое возможно, это определяется органами власти;
 - Г. такое возможно, это решается организаторами.

4. **Сферы применения PR:**
 - А. только в крупных организациях;
 - Б. только общественными организациями;
 - В. в основном при решении политических задач;
 - Г. в тех сферах, где присутствует конкуренция.

9. **Ситуационная задача.**
Формирование бизнес-имиджа организации в сети Интернет.

10. **Ситуационная задача.**
Роль блогов в формировании имиджа в публичной политике.

11. **Ситуационная задача.**
Корпоративный блог организации как инструмент формирования имиджа.

12. Ситуационная задача.

Кроссмедийные рекламные кампании.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Сферы применения PR:

- А. только в крупных организациях;
- Б. только общественными организациями;
- В. в основном при решении политических задач;
- Г. в тех сферах, где присутствует конкуренция.

2. Пресс-конференция — мероприятие, на которое независимо от темы необходимо пригласить политиков, известных людей. Это повысит авторитет организации. Ваш вариант оценки данного тезиса:

- А. нет, это неверно, т. к. пресс-конференция — мероприятие для журналистов. На их вопросы отвечают представители организации, которая проводит пресс-конференцию;
- Б. верно;
- В. такое возможно, это определяется органами власти;
- Г. такое возможно, это решается организаторами.

3. Какое высказывание о пресс-релизе верное?

- А. пресс-релиз направляется во все организации и СМИ;
- Б. пресс-релиз направляется только в органы власти;
- В. пресс-релиз можно отправлять только в СМИ;
- Г. пресс-релиз отправляется только почтой.

4. Проведение презентации является важным событием для организации. Выберите верный вариант суждения по поводу презентации:

- А. на презентацию могут прийти все желающие;
- Б. журналисты должны быть приглашены на презентацию обязательно;
- В. на презентацию приглашают только представителей власти для одобрения;
- Г. презентация проводится в основном для важных персон, от которых зависит будущее организации.

5. Ситуационная задача.

Кроссмедийные рекламные кампании.

6. Ситуационная задача.

Корпоративный блог организации как инструмент формирования имиджа.

7. Ситуационная задача.

Формирование бизнес-имиджа организации в сети Интернет.

8. Ситуационная задача.

Роль блогов в формировании имиджа в публичной политике.

ОПК-4.3: Применяет навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: особенности соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Уметь: интерпретировать результаты социологических данных под запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп в профессиональной деятельности.

Владеть: навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Показатель оценивания: **применяет навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности**

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Применение системного подхода к деятельности PR:

- А. это несовместимые понятия;
- Б. PR — коммуникативная функция открытых систем;
- В. PR — адаптивная функция открытых систем;
- Г. PR — функция закрытых систем.

2. Кто такие «лидеры общественного мнения»:

- А. «лидеры мнений» всегда занимают ответственные должности;
- Б. «группы влияния» и «лидеры мнений» — понятия идентичные;
- В. нет такого понятия;
- Г. «лидеры мнений» проявляются только в период обсуждения проблем.

3. Общественность как понятие и категория PR:

- А. группа и общественность -понятия идентичные;
- Б. толпа может стать общественностью при определенных условиях;
- В. нет такого понятия;
- Г. масса и толпа - понятия идентичные.

4. Каков главный принцип взаимодействия с внешней средой в PR?

- А. главный принцип - обеспечение обратной связи;
- Б. главный принцип - полнота направляемой информации;
- В. главный принцип - достоверность информации;
- Г. главный принцип - регулярность информирования.

5. Ситуационная задача.

Перед вами поставлена цель - повысить рейтинг Президента РФ Путина В.В. Оцените его ресурсы (политический, административный, информационный, организационный, финансовый, материально-технический, личностный).

6. Ситуационная задача.

Вы являетесь PR-отделом авиастроительного завода, специализирующегося на выпуске и ремонте среднемагистральных лайнеров (типа Ту-154 разных модификаций). По причине нынешнего неудовлетворительного состояния российской авиапромышленности на заводе начались проблемы с уменьшением числа заказов. Это вызывает у служащих тревогу за своё будущее, снижает приток молодых кадров на предприятие. К тому же стало известно, что одна из крупнейших авиакомпаний, являющаяся вашим основным партнером, собирается произвести закупку большой серии самолетов новейших зарубежных марок для обновления своего авиапарка. Это привело к волне слухов о грядущей потере рынка сбыта, что грозит снижением зарплаты, массовыми увольнениями, а в перспективе - полным банкротством предприятия. Возможно, многие уже втайне подыскивают себе новое место работы. В то же время руководство завода намерено в ближайшем будущем перейти на выпуск новой перспективной марки Ту-204, для чего уже заключены предварительные соглашения и получены определенные кредиты. Ваша задача – пресечь нежелательные слухи и ликвидировать напряженность в коллективе прежде, чем она приведет к кризису.

7. Ситуационная задача.

Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы (на примере конкретной фирмы).

8. Ситуационная задача.

Охарактеризуйте последнюю избирательную кампанию главы Вашего региона.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Каков главный принцип взаимодействия с внешней средой в PR?

- А. главный принцип - обеспечение обратной связи;
- Б. главный принцип - полнота направляемой информации;
- В. главный принцип - достоверность информации;
- Г. главный принцип - регулярность информирования.

2. Общественность как понятие и категория PR:

- А. группа и общественность -понятия идентичные;
- Б. толпа может стать общественностью при определенных условиях;
- В. нет такого понятия;
- Г. масса и толпа - понятия идентичные.

3. Применение системного подхода к деятельности PR:

- А. это несовместимые понятия;
- Б. PR — коммуникативная функция открытых систем;
- В. PR — адаптивная функция открытых систем;
- Г. PR — функция закрытых систем.

4. Кто такие «лидеры общественного мнения»:

- А. «лидеры мнений» всегда занимают ответственные должности;
- Б. «группы влияния» и «лидеры мнений» — понятия идентичные;
- В. нет такого понятия;
- Г. «лидеры мнений» проявляются только в период обсуждения проблем.

5. Ситуационная задача.

Охарактеризуйте последнюю избирательную кампанию главы Вашего региона

6. Ситуационная задача.

Вы являетесь PR-отделом авиастроительного завода, специализирующегося на выпуске и ремонте среднемагистральных лайнеров (типа Ту-154 разных модификаций). По причине нынешнего неудовлетворительного состояния российской авиапромышленности на заводе начались проблемы с уменьшением числа заказов. Это вызывает у служащих тревогу за своё будущее, снижает приток молодых кадров на предприятие. К тому же стало известно, что одна из крупнейших авиакомпаний, являющаяся вашим основным партнером, собирается произвести закупку большой серии самолетов новейших зарубежных марок для обновления своего авиапарка. Это привело к волне слухов о грядущей потере рынка сбыта, что грозит снижением зарплат, массовыми увольнениями, а в перспективе - полным банкротством предприятия. Возможно, многие уже втайне подыскивают себе новое место работы. В то же время руководство завода намерено в ближайшем будущем перейти на выпуск новой перспективной марки Ту-204, для чего уже заключены предварительные соглашения и получены определенные кредиты. Ваша задача – пресечь нежелательные слухи и ликвидировать

напряженность в коллективе прежде, чем она приведет к кризису.

7. Ситуационная задача.

Перед вами поставлена цель - повысить рейтинг Президента РФ Путина В.В. Оцените его ресурсы (политический, административный, информационный, организационный, финансовый, материально-технический, личностный).

8. Ситуационная задача.

Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы (на примере конкретной фирмы).

ОПК-5.1: Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью; основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций основные технологии в сфере рекламы; основные технологии в сфере связей с общественностью; основные этапы разработки и организации специального события как как технологии интегрированных коммуникаций; специфику социальной рекламы; историю рекламы и связей с общественностью.
Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; грамотно сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; проводить СВOT анализ ситуации в организации; работать со СМИ.
Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами.
Показатель оценивания: понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Как соотносятся понятия «пресс-конференция» и «брифинг»?

- А. пресс-конференция и брифинг - понятия близкие;
- Б. брифинг возможен без диалога;
- В. это одно и то же;
- Г. пресс-конференция проводится только официальными организациями.

2. Исследования в PR:

- А. не проводятся, не следует подменять социологию PR;
- Б. организуются в соответствии с законодательством;
- В. ничем не отличаются от социологических;
- Г. имеют свою специфику.

3. Особенности PR - рынка в России:

- А. развит неравномерно: сильнее в столицах, слабее — в регионах;
- Б. наблюдается избыток специалистов: рабочих мест не хватает;
- В. вообще не развит;
- Г. PR особенно развиты в третьем секторе.

4. Международные профессиональные организации:

- А. Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA) создана в 20-е годы XX века;
- Б. Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA) создана в 30-е годы XX века;

- В. Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA) создана в 1955 году;
- Г. Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA) прекратила свое существование. Ее функции возложены ...
5. **Ситуационная задача.**
Оцените работу пресс-секретаря Президента РФ Д. Пескова.
6. **Ситуационная задача.**
Вы являетесь менеджером по связям с общественностью в крупной клинике. Ваш бывший клиент сообщил журналисту, что заразился в вашей клинике серьезным инфекционным заболеванием. Журналист позвонил вам с просьбой прокомментировать заявление. Ваши действия в кризисной ситуации.
7. **Ситуационная задача.**
Глава администрации муниципального образования небольшого поселения, приступив к работе после выборов, поставил задачу укрепить организационно и содержательно деятельность по управлению общественными отношениями (паблик рилейшнз). Заместителю главы администрации поручено подготовить для этого решения предложения. Он начал с функций управления общественными отношениями с учетом специфики своего муниципального образования. Какие функции ему следует выделить и как решить на основе знания этих функций поставленную главой администрации задачу?
8. **Ситуационная задача.**
Исследования общественного мнения показывают, что слово «чиновник» вызывает у людей негативные ассоциации. Как Вы думаете, почему?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Как соотносятся понятия «пресс-конференция» и «брифинг»?**
А. пресс-конференция и брифинг - понятия близкие;
Б. брифинг возможен без диалога;
В. это одно и то же;
Г. пресс-конференция проводится только официальными организациями.
2. **Исследования в PR:**
А. не проводятся, не следует подменять социологию PR;
Б. организуются в соответствии с законодательством;
В. ничем не отличаются от социологических;
Г. имеют свою специфику.
3. **Особенности PR - рынка в России:**
А. развит неравномерно: сильнее в столицах, слабее — в регионах;
Б. наблюдается избыток специалистов: рабочих мест не хватает;
В. вообще не развит;
Г. PR особенно развиты в третьем секторе.
4. **Международные профессиональные организации:**
А. Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA) создана в 20-е годы XX века;
Б. Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA) создана в 30-е годы XX века;
-

- В. Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA) создана в 1955 году;
- Г. Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA) прекратила свое существование. Ее функции возложены ...

5. Ситуационная задача.

Оцените работу пресс-секретаря Президента РФ Д. Пескова.

6. Ситуационная задача.

Вы являетесь менеджером по связям с общественностью в крупной клинике. Ваш бывший клиент сообщил журналисту, что заразился в вашей клинике серьезным инфекционным заболеванием. Журналист позвонил вам с просьбой прокомментировать заявление. Ваши действия в кризисной ситуации.

7. Ситуационная задача.

Глава администрации муниципального образования небольшого поселения, приступив к работе после выборов, поставил задачу укрепить организационно и содержательно деятельность по управлению общественными отношениями (паблик рилейшнз). Заместителю главы администрации поручено подготовить для этого решения предложения. Он начал с функций управления общественными отношениями с учетом специфики своего муниципального образования. Какие функции ему следует выделить и как решить на основе знания этих функций поставленную главой администрации задачу?

8. Ситуационная задача.

Исследования общественного мнения показывают, что слово «чиновник» вызывает у людей негативные ассоциации. Как Вы думаете, почему?

ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы в организациях различного типа;

Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации;

Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур.

Показатель оценивания: **осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы**

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Имеет ли отношение к PR понятие «социально ответственный бизнес»?

- А. да;
- Б. нет;
- В. имеет только в коммерческой сфере;
- Г. имеет только в некоммерческой сфере.

2. Какое мнение о работе пресс-секретаря вы считаете верным?

- А. это такой же журналист, только зарплату получает не в редакции;
- Б. это такой журналист, который выступает от лица руководителя какой-либо организации;

- В. это журналист, который не способен работать творчески, потому идет служить во власть;
 - Г. работа пресс-секретаря требует особой квалификации, не каждый журналист сможет быть пресс-секретарем.
- 3. Какое высказывание о пресс-релизе верное?**
- А. пресс-релиз направляется во все организации и СМИ;
 - Б. пресс-релиз направляется только в органы власти;
 - В. пресс-релиз можно отправлять только в СМИ;
 - Г. пресс-релиз отправляется только почтой.
- 4. Проведение презентации является важным событием для организации. Выберите верный вариант суждения по поводу презентации:**
- А. на презентацию могут прийти все желающие;
 - Б. журналисты должны быть приглашены на презентацию обязательно;
 - В. на презентацию приглашают только представителей власти для одобрения;
 - Г. презентация проводится в основном для важных персон, от которых зависит будущее организации.
- 5. Ситуационная задача.**
Охарактеризуйте возможный механизм формирования общественного мнения по поводу повышения пенсионного возраста в России.
- 6. Ситуационная задача.**
Что такое "грязные" PR-технологии?
- 7. Ситуационная задача.**
Каковы основные идеи Г.Лебона, включенные им в систему психологии масс?
- 8. Ситуационная задача.**
Какие два приема выделены С.Московичи для воздействия на массы?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Проведение презентации является важным событием для организации. Выберите верный вариант суждения по поводу презентации:**
- А. на презентацию могут прийти все желающие;
 - Б. журналисты должны быть приглашены на презентацию обязательно;
 - В. на презентацию приглашают только представителей власти для одобрения;
 - Г. презентация проводится в основном для важных персон, от которых зависит будущее организации.
- 2. Имеет ли отношение к PR понятие «социально ответственный бизнес»?**
- А. да;
 - Б. нет;
 - В. имеет только в коммерческой сфере;
 - Г. имеет только в некоммерческой сфере.
- 3. Какое высказывание о пресс-релизе верное?**
- А. пресс-релиз направляется во все организации и СМИ;
 - Б. пресс-релиз направляется только в органы власти;
 - В. пресс-релиз можно отправлять только в СМИ;
 - Г. пресс-релиз отправляется только почтой.

4. **Какое мнение о работе пресс-секретаря вы считаете верным?**
 А. это такой же журналист, только зарплату получает не в редакции;
 Б. это такой журналист, который выступает от лица руководителя какой-либо организации;
 В. это журналист, который не способен работать творчески, потому идет служить во власть;
 Г. работа пресс-секретаря требует особой квалификации, не каждый журналист сможет быть пресс-секретарем.
5. **Ситуационная задача.**
 Какие два приема выделены С.Московичи для воздействия на массы?
6. **Ситуационная задача.**
 Каковы основные идеи Г.Лебона, включенные им в систему психологии масс?
7. **Ситуационная задача.**
 Охарактеризуйте возможный механизм формирования общественного мнения по поводу повышения пенсионного возраста в России.
8. **Ситуационная задача.**
 Что такое "грязные" PR-технологии?

ОПК-5.3: Применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть: навыками учета тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Имеет ли отношение к PR понятие «социально ответственный бизнес»?**
 А. да;
 Б. нет;
 В. имеет только в коммерческой сфере;
 Г. имеет только в некоммерческой сфере.
2. **Какое мнение о работе пресс-секретаря вы считаете верным?**
 А. это такой же журналист, только зарплату получает не в редакции;
 Б. это такой журналист, который выступает от лица руководителя какой-либо организации;
 В. это журналист, который не способен работать творчески, потому идет служить во власть;
 Г. работа пресс-секретаря требует особой квалификации, не каждый журналист сможет быть пресс-секретарем.
3. **Какое высказывание о пресс-релизе верное?**

- А. пресс-релиз направляется во все организации и СМИ;
 - Б. пресс-релиз направляется только в органы власти;
 - В. пресс-релиз можно отправлять только в СМИ;
 - Г. пресс-релиз отправляется только почтой.
- 4. Проведение презентации является важным событием для организации. Выберите верный вариант суждения по поводу презентации:**
- А. на презентацию могут прийти все желающие;
 - Б. журналисты должны быть приглашены на презентацию обязательно;
 - В. на презентацию приглашают только представителей власти для одобрения;
 - Г. презентация проводится в основном для важных персон, от которых зависит будущее организации.
- 5. Ситуационная задача.**
Проанализируйте деятельность PR-службы организации, в которой вы работаете. Обратите особое внимание на распределение должностных позиций и профессиональные качества сотрудников, связи с внутренней общественностью, регулярность и полноту мониторинга СМИ, выбор представителей прессы для постоянных контактов, отношения с другими отделами, внешними вспомогательными организациями. Существует ли постоянный контакт между отделом и руководством организации? Насколько высоко оценивает работу отдела руководство? Составьте перечень обнаруженных недостатков. Что, по вашему мнению, можно сделать для их устранения?
- 6. Ситуационная задача.**
Самолет вашей авиакомпании потерпел катастрофу, упав с большой высоты. На борту находилось порядка 170 чел., выживших нет. Точные причины катастрофы пока не установлены, возможно, роковую роль сыграли погодные условия. Однако сразу же в экстренных выпусках новостей прозвучала неподтвержденная версия о недостаточной квалифицированности пилотов. В ближайшие дни можно ожидать многочисленных публикаций в СМИ с привлечением «экспертов», которые всю вину попытаются возложить на вашу авиакомпанию. Составьте подробный план действий PR-службы в этой ситуации. Ваша задача: 1) Обеспечить надлежащее информирование родственников погибших; 2) Возможно скорее опубликовать результаты расследования, чтобы пресечь недобросовестные публикации в СМИ; 3) Провести необходимое освещение деятельности авиакомпании, направленной на преодоление последствий катастрофы.
- 7. Ситуационная задача.**
Руководство российской авиакомпании, выделившейся из состава «Аэрофлота» в начале 90-х гг. и специализирующейся на внутренних пассажирских перевозках средней дальности, обнаруживает растущую неконкурентоспособность своего предприятия. Оно принимает решение провести ребрендинг. Вам поручено подготовить его проект. Составьте план своих действий. Учтите, что качество обслуживания пассажиров в авиакомпании до сих пор оставалось на уровне стандартов «Аэрофлота» советских времен.
- 8. Ситуационная задача.**
Перед вами поставлена цель - повысить рейтинг Президента РФ Путина В.В. Оцените его ресурсы (политический, административный, информационный, организационный, финансовый, материально-технический, личностный).

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Проведение презентации является важным событием для организации. Выберите верный вариант суждения по поводу презентации:**
 - А. на презентацию могут прийти все желающие;
 - Б. журналисты должны быть приглашены на презентацию обязательно;
 - В. на презентацию приглашают только представителей власти для одобрения;
 - Г. презентация проводится в основном для важных персон, от которых зависит будущее организации.

 2. **Имеет ли отношение к PR понятие «социально ответственный бизнес»?**
 - А. да;
 - Б. нет;
 - В. имеет только в коммерческой сфере;
 - Г. имеет только в некоммерческой сфере.

 3. **Какое высказывание о пресс-релизе верное?**
 - А. пресс-релиз направляется во все организации и СМИ;
 - Б. пресс-релиз направляется только в органы власти;
 - В. пресс-релиз можно отправлять только в СМИ;
 - Г. пресс-релиз отправляется только почтой.

 4. **Какое мнение о работе пресс-секретаря вы считаете верным?**
 - А. это такой же журналист, только зарплату получает не в редакции;
 - Б. это такой журналист, который выступает от лица руководителя какой-либо организации;
 - В. это журналист, который не способен работать творчески, потому идет служить во власть;
 - Г. работа пресс-секретаря требует особой квалификации, не каждый журналист сможет быть пресс-секретарем.

 5. **Ситуационная задача.**
 Перед вами поставлена цель - повысить рейтинг Президента РФ Путина В.В. Оцените его ресурсы (политический, административный, информационный, организационный, финансовый, материально-технический, личностный).
 6. **Ситуационная задача.**
 Проанализируйте деятельность PR-службы организации, в которой вы работаете. Обратите особое внимание на распределение должностных позиций и профессиональные качества сотрудников, связи с внутренней общественностью, регулярность и полноту мониторинга СМИ, выбор представителей прессы для постоянных контактов, отношения с другими отделами, внешними вспомогательными организациями. Существует ли постоянный контакт между отделом и руководством организации? Насколько высоко оценивает работу отдела руководство? Составьте перечень обнаруженных недостатков. Что, по вашему мнению, можно сделать для их устранения?

 7. **Ситуационная задача.**
 Руководство российской авиакомпании, выделившейся из состава «Аэрофлота» в начале 90-х гг. и специализирующейся на внутренних пассажирских перевозках средней дальности, обнаруживает растущую неконкурентоспособность своего предприятия. Оно принимает решение провести ребрендинг. Вам поручено подготовить его проект. Составьте план своих действий. Учтите, что качество обслуживания пассажиров в авиакомпании до сих пор оставалось на уровне стандартов «Аэрофлота» советских времен.
-

8. Ситуационная задача.

Самолет вашей авиакомпании потерпел катастрофу, упав с большой высоты. На борту находилось порядка 170 чел., выживших нет. Точные причины катастрофы пока не установлены, возможно, роковую роль сыграли погодные условия. Однако сразу же в экстренных выпусках новостей прозвучала неподтвержденная версия о недостаточной квалификации пилотов. В ближайшие дни можно ожидать многочисленных публикаций в СМИ с привлечением «экспертов», которые всю вину попытаются возложить на вашу авиакомпанию. Составьте подробный план действий PR-службы в этой ситуации. Ваша задача: 1) Обеспечить надлежащее информирование родственников погибших; 2) Возможно скорее опубликовать результаты расследования, чтобы пресечь недобросовестные публикации в СМИ; 3) Провести необходимое освещение деятельности авиакомпании, направленной на преодоление последствий катастрофы.

Вопросы к зачету

1. Понятие и специфика связей с общественностью.
2. ФГОС "Реклама и связи с общественностью" 3+.
3. ФГОС "Реклама и связи с общественностью" 3++.
4. Специфика PR-технологий.
5. Характеристика PR-технологий.
6. Организационное консультирование. PR-службы.
7. Факторов деятельности PR-служб.
8. Характер и содержание PR.
9. Виды деятельности, характеризующие PR.
10. Дайте характеристику научного базиса PR.
11. Сильные стороны российского PR.
12. Перспективы развития PR в России.
13. Принципы, на которых должны строиться взаимоотношения PR специалиста и журналиста.
14. Выбор СМИ для освещения PR-акций.
15. Основные сферы деятельности PR-бизнеса.
16. Характеристика целевой аудитории бизнес – PR.
17. Электронные СМИ в PR-работе.
18. Характеристика профессиональных требований к специалисту по связям с общественностью.
19. Характеристика рабочих мероприятий.
20. Регулирование деятельности по связям с общественностью.
21. Роль связей с общественностью в гражданском обществе.
22. Функции специалиста по связям с общественностью.
23. Обязанности специалиста по связям с общественностью.
24. Международные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
25. Национальные профессиональные объединения по связям с общественностью.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому за-

данию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Практикум по разработке Web-
страниц»***



I. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ОПК-3 Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-3.1: Использует информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач
Знать: возможности использования информационно-коммуникационные технологии при поиске информации, для решения стандартных задач
Уметь: применять информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач
Владеть: навыками применения информационно-коммуникационных технологий и библиографических источников при поиске информации, для решения стандартных задач
Показатель оценивания: умение применять на практике технологии дизайнерского искусства, с целью настраивания делового общения между web-клиентами и бизнесменами.
ОПК-3.2: Решает стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры
Знать: способы решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры
Уметь: решать стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры
Владеть: навыками решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры
Показатель оценивания: владение методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением web-технологий.
ОПК-3.3: Способен обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем
Знать: возможности обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем
Уметь: обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем
Владеть: навыками обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем
Показатель оценивания: умеет проводить системный анализ;
ОПК-6 Способен анализировать и разрабатывать организационно-технические и экономические процессы с применением методов системного анализа и математического моделирования
ОПК-6.1: Демонстрирует знание основ системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования
Знать: основы системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования
Уметь: демонстрировать знание основ системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования

Владеть: основами системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования
Показатель оценивания: применять инструменты и методы описания и моделирования в области web-конструирования
ОПК-6.2: Способен применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий
Знать: методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий
Уметь: применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий
Владеть: навыками применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий
Показатель оценивания: использование современного ПО и цифрового оборудования при создании элементов Web-рекламы.
ОПК-6.3: Демонстрирует навыки проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий
Знать: методы проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий
Уметь: демонстрировать навыки проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий
Владеть: навыками проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий
Показатель оценивания: применять современные средства языков web-программирования для автоматизации прикладных задач заказчика.

Шкала оценивания – «зачтено», «незачтено»

Критерии оценивания:

Оценка «зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируется умение безошибочного решения задач с использованием элементов Web-программирования. Выполнены все задания билета, что доказывает глубокое знание содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения.

Оценка «незачтено». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Допущены грубые ошибки в решения практико-ориентированных задач с использованием элементов Web-программирования.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ОПК-3.1: Использует информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач
Знать: возможности использования информационно-коммуникационные технологии при поиске информации, для решения стандартных задач
Уметь: применять информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач
Владеть: навыками применения информационно-коммуникационных технологий и библиографических источников при поиске информации, для решения стандартных задач
Показатель оценивания: умение применять на практике технологии дизайнерского искусства, с целью настраивания делового общения между web-клиентами и бизнесменами.

Вариант 1

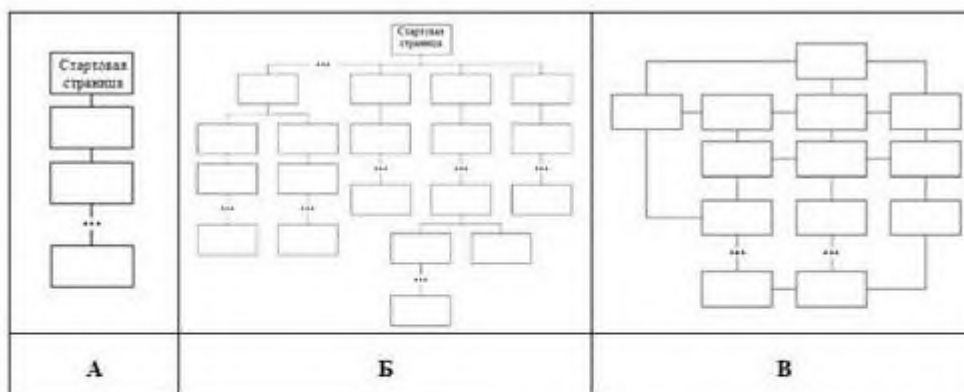
- Как выставить элементы в столбик?
 - align-items: flex-start
 - justify-content: center
 - flex-direction: column**
 - align-items: stretch
- Для чего служит модель CSS flexbox?
 - Используется для добавления комментариев
 - Способ компоновки элементов
 - Используется для кроссбраузерной верстки**
- Как сделать элемент flex-контейнером?
 - position: sticky
 - flex-wrap: wrap
 - display: flex**
 - flex-direction: row;
- Является ли flex-контейнер блочным контейнером?
 - Нет**
 - Не имеет значения
 - Да
- Что произойдет с элементами, если их родителю прописать свойство **display: flex**
 - Они выстроятся вдоль оси Y
 - Выстроятся в ряд вдоль главной оси**
 - Ничего не произойдет
- Какое значение отсутствует у свойства justify-content ?
 - inherit
 - column-reverse**
 - space-between
 - center
- Какое значение по умолчанию у свойства align-items ?
 - flex-start
 - initial
 - stretch**
 - center
- Какое значение прописать свойству flex-direction, чтобы элементы следовали в обратном порядке, снизу вверх?
 - row-reverse
 - column
 - wrap-reverse**

d. column-reverse

9. Как выстроить элементы по центру относительно оси Y?
- align-items: baseline
 - align-items: flex-start
 - align-items: center**
10. Какое значение прописать свойству flex-wrap, чтобы элементы при уменьшении окна браузера перескакивали на новый ряд?
- nowrap
 - wrap-reverse
 - flex-end
 - wrap**

Вариант 2

1. Дайте определение профессии «веб-дизайнер»:
- Специалист, занимающийся программированием, созданием компьютерных программ;
 - Свободный работник (наемный специалист), который выполняет сдельную работу на заказ в области ИТ, рекламы, маркетинга, и работает через интернет;
 - Специалист, который создает облик различных объектов, воплощая в жизнь визуальные задумки;
 - Специалист, который проектирует логическую структуру сайта и каждой его страницы, продумывает наиболее удобные решения подачи информации, проектирует художественное оформление.**
2. Кто и когда ввёл термин «гипертекст»?
- Тед Нельсон в 1965 г.**
 - Боб Кан и Винт Серф в 1973 г.
 - Тим Бернерс-Ли в 1995 г.
 - Стив Джобс в 2007 г.
3. Найдите соответствие между изображениями и видами. Ответы внесите в таблицу:



№		Ответ
1.	Вид древовидной структуры гипертекстовой сети	
2.	Вид радиально-кольцевой структуры гипертекстовой сети	
3.	Вид линейной (последовательной) структуры гипертекстовой сети	

- a. 1-А,2-Б, 3-В;
- b. 1-Б, 2-В, 3-А;**
- c. 1-В, 2-Б, 3-А;
- d. 1-Б, 2-А, 3-В.

4. Соотнесите классификации веб-сайтов и их подкатегории (признаки):

1.	По возможностям взаимодействия с контентом.	А.	статические сайты; динамические сайты.
2.	По частоте изменений контента.	Б.	текстово-ориентированные сайты; стилизованные под пользовательский интерфейс; метафорические сайты; нетрадиционный дизайн.
3.	По назначению.	В.	сайт-визитка (сайт-буклет, сайт-каталог); интернет-представительство; промо-сайт; интернет-магазин; порталы.
4.	По характеру решаемых маркетинговых задач.	Г.	информационные (документно-ориентированные) сайты; проблемно-ориентированные сайты; гибридные сайты.
5.	По типу дизайна (исполнения) сайта.	Д.	коммерческие сайты; информационные сайты; развлекательные сайты; общественные сайты; навигационные сайты; художественные сайты (электронные выставочные площадки).

1.	2.	3.	4.	5.

- a. 1-А, 2-Г,3-В,4-Б,5-Д;
- b. 1-В, 2-А,3-Д,4-Г,5-Б;
- c. 1-Б,2-Г,3-В,4-А,5-В;
- d. 1-Г,2-А,3-Д,4-В,5-Б.**

5. Что может выступать в качестве средств обратной связи между пользователем и владельцем веб-ресурса? (Возможно несколько вариантов ответа):

- a. Почтовая форма**
- b. Книга жалоб
- c. Портал
- d. Телефон
- e. Факс
- f. Гостевая книга**
- g. Интернет-форум
- h. Чат**
- i. канал

6. По какой траектории будет двигаться взгляд пользователя при изучении данной веб-страницы?



- a. F-схема(E);
- b. Z-схема
- c. «Зиг-заг»
- d. Круговая схема

7. Какой тип модульной сетки (макет) был применён при вёрстке данного веб-сайта?

- a. Одноколонный макет
- b. Двухколонный макет
- c. Трёхколонный макет
- d. Многоколонный макет



8. Кем впервые был обозначен термин «отзывчивый дизайн»?

- Стив Джобс
- Илон Маск
- Итан Маркотт**
- Тед Нельсон

9. Web-страница (документ HTML) представляет собой:

- Текстовый файл с расширением txt или doc
- Текстовый файл с расширением htm или html**
- Двоичный файл с расширением com или exe
- Графический файл с расширением gif или jpg

10. Выберите правильный способ создания ссылки:

- `<a>http://www.w3school.com</a>`
- `<a href=http://www.w3school.com>W3Schools</a>`**
- `<a name="http://www.w3schools.com">W3Schools.com</a>`
- `<a url="http://www.w3schools.com">W3Schools.com</a>`

ОПК-3.2: Решает стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры**Знать:** способы решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры**Уметь:** решать стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры**Владеть:** навыками решения стандартных задач разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры**Показатель оценивания:** владение методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением web-технологий.**Вариант 1**

1. Программа для просмотра гипертекстовых страниц называется:

- a. Сервер
- b. Протокол
- c. HTML
- d. Браузер**

2. Пример кода: `h1 { color: blue }`

В приведенном выше примере `color: blue` – определение правила. `h1` является:

- a. Селектором**
- b. Определением
- c. Значением
- d. Свойством

3. Сервис валидации W3C CSS представляет собой бесплатный сервис созданный консорциумом Word Wide Web, которая проверяет каскадные таблицы стилей (CSS) на наличие ошибок, опечаток или неправильного использования.

Ссылаясь на вышеуказанную информацию, которую одной из следующих особенностей сервис валидации CSS предоставляет.

- a. предлагает исправления для кроссбраузерной совместимости
- b. говорит вам, какие спецификации вашего CSS-файла не соответствуют спецификации CSS**
- c. определяет потенциальные риски юзабилити
- d. меняет вашу CSS-спецификацию на основе соответствия требованиям
- e. позволяет загрузить исправленную версию вашего CSS-файла

4. Пример кода:

```
<select name="options">
  <option value="1" selected>One</option>
  <option value="2">Two</option>
  <option value="3">Three</option>
  <option value="4">Four</option>
</select>
```

Что будет отправлено с формы как значение "options"-элемента, если форма отправляется без изменений?

- a. Null
- b. SELECTED
- c. 1**
- d. One

- е. "Three"
- 5. Какие действия возможны над селекторами в CSS?
 - а. Создание псевдоселекторов
 - б. Комбинирование классов, псевдоклассов, классов и идентификаторов**
 - с. Позиционирование селекторов
 - д. Комбинирование классов, псевдоклассов и идентификаторов**
 - е. Группировка селекторов**
- 6. Какие теги из перечисленных ниже определяют элементы-контейнеры?
 - а.
 - б. <div>**
 - с. <a>
 - д.

- 7. Атрибуты HTML-контейнера(элемента) соответствуют
 - а. методам объекта
 - б. свойствам объекта**
 - с. событиям
 - д. классам объекта
 - е. конструктором объекта
- 8. HTML. Документ состоит из главных частей:
 - а. (Head) и (Body)**
 - б. Head, Title, Body
 - с. Head
 - д. Body
 - е. Head, Body, Frameset

Вариант 2

- 1. Каким тегом задается вставка гиперссылки на web-страницу?
 - а.
 - б.
 - с. **
 - д.
- 2. С помощью каких атрибутов можно задать «длину и высоту» элемента рисунка?
 - а. width/height**
 - б. cols/rows
 - с. size
 - д. length
 - е. все варианты неверны
- 3. Значение атрибута align НЕ может быть:
 - а. Left
 - б. Right
 - с. Top**
 - д. center
- 4. С помощью какого тега задается таблица?
 - а. Border
 - б. Bgcolor
 - с. Table**
- 5. Какой тег нужно добавить для переноса строки?
 - а. <hr/>
 - б. <hr>
 - с.

 - д.
**

6. Какая из нижеприведённых структур HTML документа является верной?
- `<html><head><body><title>Text</title></body></head></html>`
 - `<html><body><head><title>Text</title></head></body></html>`
 - `<html><head><title>Text</title></head><body></body></html>`**
 - `<html><title><head>Text</head></title><body></body></html>`
7. Что произойдет, если тэг FONT size=5 окажется не закрытым?
- На весь последующий текст распространится действие данного тега**
 - Ничего не произойдет – этот тег не парный
 - Весь последующий текст отобразится красным цветом и будет большего размера
8. Выберите теги для работы с таблицами:
- `<table><tr><td>`**
 - `<table><tr><tt>`
 - `<table><head><tfoot>`
 - `<thead><body><tr>`

ОПК-3.3: Способен обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем
--

Знать: возможности обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем
--

Уметь: обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем

Владеть: навыками обеспечения информационной безопасности автоматизированных информационных систем

Показатель оценивания: умеет проводить системный анализ;

Вариант 1

- Расшифруйте аббревиатуру CSS
 - Cascading Style Sheets**
 - Case Style Says
 - Case Style Scholar
- Что такое наследование в CSS?
 - Такого понятия не существует в CSS
 - Механизм, с помощью которого определенные свойства передаются от элемента к его ближайшим соседям.
 - Механизм, с помощью которого определенные свойства передаются от предка к его потомкам.**
- Если Вам нужно навесить псевдокласс на элемент при наведении, то каким из перечисленных Вы воспользуетесь?
 - :hover**
 - :focus
 - :active
- Какое из перечисленных свойств не устанавливает прозрачность?
 - opacity
 - transition**
 - rgba
- Требуется сбросить базовые стили для ссылки, каким свойством Вы воспользуетесь?
 - text-decoration: none**
 - visibility: hidden
 - visibility: inherit
- Это свойство устанавливает способ позиционирования элемента относительно окна браузера или других объектов на веб-странице
 - position**

- b. transition
 - c. overflow
7. Если элементу прописать свойство position: static , то будут ли доступны свойства: left, top, right и bottom ?
- a. Да
 - b. Они всегда доступны
 - c. Нет
8. Нужно выровнять элемент по вертикали, и Вы используете flexbox, какое свойство Вам поможет?
- a. justify-content
 - b. align-items
 - c. display

Вариант 2

1. Для реализации формального типа сбалансированности композиции размещение элементов симметрично относительно ... оси является самым простым способом сбалансирования

Ответ: вертикальной

2. ... – это самое визуально насыщенное пятно, возникающее в результате использования большого размера, высокой плотности того или иного цвета, особой формы и т.д.

Ответ: масса

3. Неверно, что к основным характеристикам рекламы в Интернете относится ...
- a. высокая стоимость
 - b. интерактивность
 - c. всеохватность
4. По структуре бывают ... веб-сайты
- a. открытые, полуоткрытые и закрытые
 - b. статические и динамические
 - c. внешние и локальные
5. Неверно, что воздействие длинного текста можно усилить с помощью ...
- a. превосходных степеней прилагательных
 - b. вводного абзаца
 - c. выделения абзацев полужирным шрифтом или курсивом
6. Сложность создания рекламы заключается в том, что рекламное сообщение, созданное одним специалистом или коллективом, должно не только быть красивым и оригинальным с точки зрения эстетики, но и обязательно содержать ...
- a. максимальное количество информации о товаре
 - b. уникальное торговое предложение
 - c. агитацию к покупке товара
7. Неверно, что одной из основных целей рекламы является ...
- a. формирование у потребителя негативного отношения к фирмам-конкурентам
 - b. стимулирование сбыта товара, услуги
 - c. напоминание потребителю о фирме и ее товарах
8. Цветозаполнение фронлайнта – от ... – делает изображение насыщенным и контрастным
- a. 300 до 1500 dpi
 - b. 36 до 150 dpi
 - c. 100 до 1000 dpi

ОПК-6.1: Демонстрирует знание основ системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования

Знать: основы системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений,

математического и имитационного моделирования

Уметь: демонстрировать знание основ системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования

Владеть: основами системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования

Показатель оценивания: применять инструменты и методы описания и моделирования в области web-конструирования

Вариант 1

1. ... – это сближение, слияние различных по своей природе средств массовой информации и взаимодействие их с Интернетом

Ответ: конвергенция

2. Сочетание зеленого и желтого цвета создает ...

a. ощущение бодрости, означает процветание

b. романтическое настроение, вызывает приятные воспоминания ощущение утонченности и аристократизма

3. Вы используете flexbox, и требуется изменить порядок следования элементов, каким свойством нужно воспользоваться?

a. column

b. flex-wrap

c. order

4. Если потребуется для текста установить шрифт, какое свойство поможет?

a. font-family

b. font-style

c. text-decoration

5. Что позволяет указать тег Title?

a. Заголовки первого уровня на странице

b. Название таблицы

c. Название страницы, которое также будет отображено в поисковиках

d. Название маркированного списка

6. В какие скобки заключаются теги?

a. <тег></тег>

b. {тег}...{тег}

c. [тег]...[/тег]

d. (тег)...(/тег)

7. flex-элементы занимают равное количество доступного пространства в контейнере. Как увеличить занимаемое место элементом?:

a. flex-grow: 2;

b. order: 2;

c. flex-shrink: 2;

d. flex-basis: 2;

8. Допускаются ли отрицательные значения для свойства flex-grow?

a. Да

b. Нет

c. Значения могут быть только именными

Вариант 2

1. Выглядит интереснее и лучше воспринимается рекламный текст в ...

a. квадрате

b. круге

с. эллипсе

2. Баннер ... – самый распространенный на сегодняшний день формат, который поддерживается большинством баннерных сетей сайтов

- а. 100×100
- б. 468×60**
- с. 88×31

3.... – это расстояние между строками

Ответ: интерлиньяж или интервал

4. Для реализации формального типа сбалансированности композиции размещение элементов симметрично относительно ... оси является самым простым способом сбалансирования

Ответ: вертикальный

5. ... – это услуга хранения веб-сайтов

Ответ: хостинг

6. Брусковые шрифты ...

- а. бывают двух типов: курсивы и рукописные**
- б. образуются сочетанием латинского и рубленого шрифтов
- с. часто являются художественно украшенными основными шрифтами

7. Главными отличительными признаками ... шрифтов являются умеренная контрастность, маленькие поперечные элементы или засечки

- а. латинских**
- б. рубленых
- с. орнаментированных

8. Фирменный ... представляет собой комбинацию товарного знака, фирменных шрифта, цвета, полного наименования предприятия, его почтовых и банковских реквизитов

- а. блок**
- б. стиль в широком смысле
- с. стиль в узком смысле

ОПК-6.2: Способен применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий

Знать: методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий

Уметь: применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий

Владеть: навыками применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий

Показатель оценивания: использование современного ПО и цифрового оборудования при создании элементов Web-рекламы.

Вариант 1

1. Рекламная информация играла роль простого сообщения о чем-либо вплоть до ..., после чего начался качественный скачок в развитии рекламы: появились рекламные агенты и рекламные агентства

- а. начала XX в.

- b. конца XIX в.
 - c. **начала XIX в.**
2. При ... рекламной информации исключительно важная роль принадлежит формированию перцептивного образа, который оказывает (или не оказывает) самое существенное воздействие на поведение покупателя
- a. **восприятию**
 - b. представлении
 - c. ощущении
3. flex-элементы занимают равное количество доступного пространства в контейнере. Как увеличить занимаемое место элементом?:
- a. **flex-grow: 2;**
 - b. order: 2;
 - c. flex-shrink: 2;
 - d. flex-basis: 2;
4. Допускаются ли отрицательные значения для свойства flex-grow?
- a. Да
 - b. **Нет**
 - c. Значения могут быть только именными
5. ... буквы на белом фоне – одно из лучших цветовых сочетаний фона и шрифта
- a. Зеленые
 - b. **Черные**
 - c. Серые
6. ... содержит самые общие данные о владельце сайта (организации или индивидуальном предпринимателе)
- a. *Представительский сайт
 - b. *Корпоративный сайт
 - c. ***Сайт-визитка**
7. В HTML так записываются ссылки на документы, хранящиеся на других серверах:
- a. с указанием их URL;
 - b. ;
 - c. **;**
 - d. ;
 - e. <A="имя файла">
8. Имя тега, которым задается строка таблицы
- a. table;
 - b. **tr;**
 - c. td;
 - d. cell;
 - e. row.

Вариант 2

1. ... способ оформления текстов возможен в том случае, если существует пакет фирменных шрифтов
- a. **Одногарнитурный**
 - b. Малогабаритный
 - c. Многогабаритный
2. ... применяется для изготовления оригинальных рамок различных оттенков и цветов, указателей, табличек и при оформлении интерьеров
- a. Металлопрофиль
 - b. **Багетный профиль**

люминиевый профиль для световых коробов

3. По характеру подачи материала реклама может быть ...
 - a. **жесткой и мягкой**
 - b. прямой, косвенной и скрытой
 - c. рациональной и эмоциональной
4. Синие и зеленые «выворотки» подходят для оформления ...
 - a. заголовков
 - b. подзаголовков
 - c. **текстов**
5. Неверно, что к выделительным относятся ... шрифты
 - a. наклонные
 - b. орнаментированные
 - c. **брусковые**
6. Орнаментированные шрифты указывают на ...
 - a. **сферу применения товара**
 - b. особую атмосферу
 - c. доверительности официальность текста
7. Египетские шрифты отличает ...
 - a. сильный контраст и тонкие, удлиненные засечки
 - b. **примерно равная толщина штрихов и засечек, имеющих форму брусочков**
 - c. жирный штрих, отсутствие засечек
8. Скроллер – это своеобразная ротационная роликовая конструкция, на одной стороне которой можно попеременно демонстрировать от ... рекламных изображений, нанесенных на баннерное полотно
 - a. **3 до 10**
 - b. 6 до 12
 - c. 15 до 20

ОПК-6.3: Демонстрирует навыки проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий

Знать: методы проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий

Уметь: демонстрировать навыки проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий

Владеть: навыками проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий

Показатель оценивания: применять современные средства языков web-программирования для автоматизации прикладных задач заказчика.

Вариант 1

1. Какой правильный синтаксис CSS?
 - a. {body:color=black;}
 - b. body:color=black;
 - c. {body;color:black;}
 - d. **body {color: black;}**

2. Как при помощи CSS можно создать такую рамку вокруг элемента:

Верхняя граница = 7px

Нижняя граница = 3px

Левая граница = 14px

Правая граница = 8px

- a. border-width: 7px 14px 3px 8px;
 - b. **border-width: 7px 8px 3px 14px;**
 - c. border-width: 3px 14px 7px 8px;
 - d. border-width: 7px 3px 14px 8px;
3. Как сделать так, чтобы каждое слово в тексте начиналось с заглавной буквы?
- a. Это нельзя сделать через CSS
 - b. **text-transform: capitalize**
 - c. text-style: capitalize
 - d. transform: capitalize
4. Какой атрибут используется для определения встроенных стилей?
- a. styles
 - b. font
 - c. class
 - d. **style**
5. Какое свойство используется для изменения шрифта элемента?
- a. font-weight
 - b. font-style
 - c. **font-family**
 - d. font-size
6. Какой цвет будет у жирного курсивного текста в коде: `<p>Цвет этого <b><i>текста</i></b></p>` При использовании следующего стиля?
- P { color: green; }**
B { color: blue; }
I { color: orange; }
B > I { color: olive; }
P > I { color: yellow; }
- a. Оливковый
 - b. **Зелёный**
 - c. Оранжевый
 - d. Синий
 - e. Жёлтый
7. Какой стиль установит красный цвет текста в абзаце?
- a. * HTML P { color: red; }
 - b. BODY * P { color: red; }
 - c. BODY P * { color: red; }
 - d. **HTML * P { color: red; }**
 - e. P * { color: red; }
8. Как можно изменить правый внешний отступ у элемента?
- a. **margin-right**
 - b. indent
 - c. border-right
 - d. padding-right

Вариант 2

1. Какое свойство может изменить порядок следования элементов: (1,2,3,4,5) —> (2,1,3,4,5) ?
- a. **order**

- b. align-items
- c. position
- 2. Чем отличается flex-basis от width?
 - a. Отличий нет
 - b. flex-basis не влияет на абсолютно позиционированные flex-элементы. Им нужно будет указать width / height.
 - c. **Если для элемента одновременно заданы flex-basis (отличное от auto) и width, то width имеет приоритет.**
 - d. Если для элемента одновременно заданы flex-basis и max-width, то flex-basis имеет приоритет.
- 3. Что произойдет если flex элементу прописать margin-right: auto?
 - a. **Элемент прижмется к правому краю flex-контейнера**
 - b. Ничего
 - c. Элемент прижмется к левому краю flex-контейнера
 - d. Так нельзя делать
- 4. Какое значение прописать свойству justify-content, чтобы крайние элементы прижимались к краям, а место между ними распределилось равномерно?
 - a. **space-between**
 - b. space-evenly
 - c. space-around
 - d. flex-start
- 5. Как выстроить элементы по центру относительно оси X и Y?
 - a. align-items: flex-start; justify-content: center
 - b. align-items: baseline; flex-direction: column
 - c. **align-items: center; justify-content: center**
- 6. Как запретить flex-элементу сжиматься, когда flex-контейнер будет уменьшаться в окне браузера?
 - a. **flex-grow: 0;**
 - b. flex-shrink: 0;
 - c. flex-basis: 0;
 - d. order: 0;
- 7. Как в контейнере 'flex-direction: row' растянуть элементы по высоте?
 - a. **align-items: stretch;**
 - b. align-content: space-between;
 - c. align-items: baseline;
 - d. justify-content: space-between;
- 8. Свойство flex-shrink:
 - a. определяет начальный размер flex-элемента
 - b. устанавливает конкретное числовое значение для размеров элемента
 - c. **определяет, как flex-элемент будет уменьшаться относительно других flex-элементов во flex-контейнере**
 - d. определяет, как flex-элемент будет увеличиваться относительно других flex-элементов во flex-контейнере

Контрольные вопросы для оценки сформированности компетенций в соответствии с индикаторами их достижения

Вопросы к зачету:

Раздел 1. Основы языка гипертекстовой разметки HTML 5.0

1. Принцип работы сайтов
2. Основные понятия языка HTML. Инструментарий пользователя
3. Структура HTML-документа

4. Разделы HEAD и BODY
5. Теги, используемые для декоративной обработки элементов Web-страницы
6. Теги физического и логического форматирования текста
7. Гиперссылки
8. Таблицы
9. Фреймы
10. Формы
11. Теги <div> и . Группировка элементов страницы
- Раздел 2. Каскадные таблицы стилей CSS
12. Форматирование Web-страниц с помощью каскадной таблицы стилей. Основные понятия.
13. Способы встраивания определения стиля
14. Вынесение таблицы стилей в отдельный файл. Приоритет применения стилей
15. Форматирование шрифтов и абзацев
16. Внутренние и внешние отступы. Единицы измерения в CSS
17. Рамки
18. Фон элемента страницы. Фоновый рисунок
19. Списки
20. Псевдостили гиперссылок. Виды курсора.
21. Форматирование блоков
22. Структура блока в CSS. Указание типа блока
23. Управление обтеканием. Атрибуты float и clear
24. Позиционирование объектов Web-страницы
25. Очистка обтекания
26. Позиционирование блока. Абсолютное и фиксированное позиционирование
27. Позиционирование блока. Относительное позиционирование блока
28. Последовательность отображения слоев. Управление отображением элемента
29. Колонки одной высоты – кросс-браузерное решение
30. Технология FlexBox

Практико-ориентированные задания для оценки сформированности компетенций в соответствии с индикаторами их достижения

ОПК-3.1: Использует информационно-коммуникационные технологии и библиографические источники при поиске информации, для решения стандартных задач

1. Напишите функцию `hello1()`, которая при вызове будет возвращать строку «Привет, FlexBox».
2. Напишите функцию `hello2()`, которая при вызове будет принимать переменную `name` (например, «Василий») и выводить строку (в нашем случае «Привет, Василий»). В случае отсутствующего аргумента выводить «Привет, гость»
3. Напишите функцию `mul(n,m)`, которая принимает два аргумента и возвращает произведение этих аргументов. Проверьте ее работу.

ОПК-3.2: Решает стандартные задачи разработки информационных систем на основе информационной и библиографической культуры

4. Создайте функцию `repeat(str, n)`, которая возвращает строку, состоящую из `n` повторений строки `str`. `n` — по умолчанию 2, `str` — пустая строка
5. Создайте функцию `rgb()`, которая будет принимать три числовых аргумента и возвращать строку вида «`rgb(23,100,134)`». Если аргументы не заданы, считать их равными нулю. Не проверять переменные на тип данных
6. Создайте функцию `avg()`, которая будет находить среднее значение по всем своим аргументам (аргументы величины числовые).
7. Создайте функцию `m(a,b)` оболочку для `mul()`. `m()` должна принимать два аргумента а воз-

вращать результат работы `mul()` с этими двумя аргументами. После выполнения задания поэкспериментируйте, создайте функцию `log()`, которая будет принимать одно значение, а вызывать `console.log()` с этим значением.

ОПК-3.3: Способен обеспечить информационную безопасность автоматизированных информационных систем

8. (*) Напишите функцию `operation(m,n,o)`, в которой `m` и `n` — числовые переменные, а `o` — функциональный литерал, который берет два аргумента и выполняет математическую операцию над ними (например, функция `mul()` из задания 4.)
9. (*) Напишите функцию `addN(n)`, которая вернёт другую функцию. Возвращенная функция должна складывать получаемый аргумент с аргументом `n` возвращающей функции. Внимание, эта простая на реализацию **замыкания**.
10. (*) Напишите функцию `words()`, которая в зависимости от переданного в нее целочисленного аргумента `n`, будет выводить слово «товар» в нужной форме («12 товаров», но «22 товара»). По умолчанию аргумент `d` должен иметь значение 0

ОПК-6.1: Демонстрирует знание основ системного анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики, методов оптимизации и исследования операций, нечетких вычислений, математического и имитационного моделирования

1. В первом подъезде квартиры с 1 по 20. Во втором с 21 по 48. В третьем с 49 по 90. Пользователь вводит номер квартиры. Программа должна указать в каком подъезде находится данная квартира.
2. Пользователь вводит логин и пароль. Если логин и пароль совпадают с указанными ниже, то выводится «Добро пожаловать». Если не совпадают — то «Ошибка входа»

Данные для задачи:

Логин	Пароль
ivan	334455
alex	777
petr	b5678

3. Пользователь вводит год рождения. Программа показывает количество лет и если лет больше или равно 16, то пишет — «добро пожаловать», если нет — «вход воспрещен».

ОПК-6.2: Способен применять методы системного анализа, математического, статистического и имитационного моделирования для автоматизации задач принятия решений, анализа информационных потоков, расчета экономической эффективности и надежности информационных систем и технологий

4. Создайте программу, которая выводит надбавку за стаж. Пользователь вводит стаж работы, а программа пишет ему надбавку.

Стаж от	Стаж до	Надбавка
0	3 лет	0%
3 лет	10 лет	10%
10 лет	20 лет	20%
20 лет	выше	25%

Учтите вариант ошибки — пользователь вводит отрицательное число.

5. Выведите с помощью цикла коды спецсимволов от 1000 до 2000. Напомню, что спецсимвол получается комбинацией &#число; Например ӆ
6. Вывести все годы с 1983 до 2017.

ОПК-6.3: Демонстрирует навыки проведения инженерных расчетов основных показателей результативности создания и применения информационных систем и технологий

7. Напишите функцию, которая выделяет все параграфы на странице красным цветом фона.
8. Напишите функцию, которая нумерует все абзацы страницы и добавляет номер перед текстом абзацев.
9. Создайте функцию, которая считает длину массива и возвращает ее в виде числа. Массив в функцию передается как аргумент. Если аргумент не задан – выводится сообщение об ошибке.
10. Напишите игру «Угадай число». При загрузке страницы генерируется случайное число от 0 до 10. Пользователю дается три попытки угадать число (число вводится в input). При каждой проверке выдается подсказка: больше или меньше. При угадывании, завершении числа попыток выдается оповещение. Количество попыток выводится на экран.

III. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих индикаторы достижения компетенций

Зачет проходит в компьютерном классе. Практические задания выполняются за компьютером. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Социология»***



1. *Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания*

УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
ОПК-7.1: Понимает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Знать: основы регуляции поведения индивида, основные способы самоорганизации, механизмы применения принципов социальной ответственности при осуществлении планомерной деятельности;
Уметь: пользоваться специальной литературой с целью практического применения содержащихся в ней знаний для разрешения вопросов профессиональной деятельности, применять знания в области организационного поведения для анализа собственного поведения в конкретных организационных ситуациях;
Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в Профессиональной деятельности, планирования собственного времени и карьеры.
ОПК-7.2: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Знать: закономерности человеческой психики и особенности восприятия информации, в том числе, рекламного характера, основные способы коммуникации и межгруппового взаимодействия;
Уметь: анализировать теоретический материал по проблемам командообразования, преобразовывать информацию для использования ее в дальнейшей профессиональной деятельности, иметь собственную позицию по вопросам организационных коммуникаций и внутригруппового взаимодействия с учетом норм этики и морали;
Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам рекламы и связей с общественностью и учета этических норм в профессиональной деятельности.
ОПК-7.3: Демонстрирует навыки прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: основные подходы к анализу трудового результата, исследования в области регуляции поведения индивида в организационной среде, основные способы самоорганизации и прогнозирования деятельности в профессиональной области;
Уметь: анализировать эмпирический материал, теоретические обзоры, преобразовывать информацию для использования в профессиональной деятельности, формулировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам организации коммуникационного взаимодействия с учетом соблюдения принципов социальной ответственности.

Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации для составления прогнозов по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности.

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия

Знать: основы командообразования

Уметь: выявлять факторы формирования команд

Владеть: навыками социального взаимодействия

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Упорядоченная система социальных групп и отношений между ними называется

социальной (-ым)...

- А. Толпой;
- Б. Организацией;
- В. Стратификацией;
- Г. Развитием.

2.Сторонники _____ подхода подчеркивают в развитии общества цикличность и равноценность разных общественных систем.

- А. Формационного;
- Б. Цивилизационного;
- В. Универсального;
- Г. Аморфного.

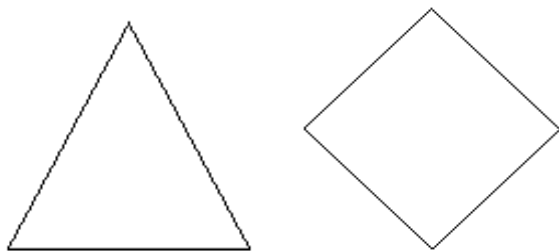
3.Наука, образование, культура, религия представляют _____ сферу общества.

- А. Духовную;
- Б. Социальную;
- В. Экономическую;
- Г. Политическую.

4. Найдите соответствие:

1. Андеркласс		А	направление в методологии социальных наук первой половины XX века, представители которого считали, что предметом исследования должно выступать не сознание, а поведение, понимаемое как совокупность двигательных и сводимых к ним словесных и эмоциональ-ных ответов (реакций) на воздействия (стимулы) внешней среды.
2. Бихевиоризм		Б	слой общества, образуемый деклассированными элемен-тами (пьяницы, наркоманы и др.), потерявшими человеческий облик; «со-циальное дно» общества; слой общества, находящийся ниже (под) всех классов в социальной иерархии.
3. Генеральная совокупность		В	способ систематического сбора данных о поведении и установках людей посредством опроса специально подобран-ной группы респондентов, дающих информацию о себе и своем мнении
4. Выборочное обследование		Г	все население или та его часть, которую социолог намерен изучить.

5.Графически изобразите слои стратификационной системы российского и американского общества. Какие меры необходимо предпринять Правительству РФ и самим гражданам, чтобы среднего класса стало больше.



6. Дополните фразу. Вертикальная мобильность – это _____

7. Дополните фразу. Внутридисциплинарная матрица социологии – это _____

8. Установите связи между методами и объектами изучения

Основные методы	Объекты изучения
Анкетирование	Газетные тексты, автобиографии
Анализ документов	Индивидуальные особенности сознания
Интервью	Межличностные отношения
Контент-анализ	Интеллектуальное развитие
Наблюдение	Протоколы, отчеты, письма
Социометрия	Факты поведения людей
Эксперимент	Факт сознания
Социологическое тестирование	Ценностные ориентации и установки

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Для изучения стандартных и массовых форм поведения эффективен метод...

- А. Проективного эксперимента;
- Б. Мысленного эксперимента;
- В. Анкетного опроса;
- Г. Глубинного интервью.

2. Первую университетскую кафедру социологии в России открыл...

А. П.Л.Лавров;
Б. Н.Я.Данилевский;
В. П.А.Сорокин;
Г. М.М.Ковалевский.

3.Одним из первых начал изучать групповую структуру...

А. Г. Зиммель;
Б. К. Маркс;
В. О. Конт;
Г. Ф. Энгельс.

4. Найдите соответствие:

1. Депрофессионализация		А	сумма денежных средств, недостающая бедному населению для повышения доходов до величины прожиточного минимума.
2. Дефицит дохода		Б	окончательная или временная утрата навыков работы в рамках официально полученной профессии, специальности вследствие долгого перерыва в работе.
3. Организация		В	элемент генеральной совокупности, с которого непосредственно ведется сбор информации.
4. Единица наблюдения		Г	1) внутренняя упорядоченность, согласованность, взаимодействие более или менее дифференцированных и автономных частей целого, обусловленное его строением; 2) совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого; 3) объединение людей, совместно реализующих программу или цель и действующих на основе определенных правил и процедур.

5. Установите соответствие между авторами и теориями (понятиями), которые они разработали. Объясните смысл каждого из этих понятий и теорий.

Авторы	Социологические теории и понятия
Вебер М.	Аномия
Дюркгейм Э.	Девияция
Маркс К.	Социальное действие
Мертон Р.	Общественно-экономическая формация
Мид Дж.	Теория среднего уровня
Лебон Г.	Толпа

Парето В.	Теория социального обмена
-----------	---------------------------

6. Дополните фразу. Жизненные шансы — это _____

7. Дополните фразу. Закон больших чисел – это _____

8. Ситуационная задача.

Вы учитесь в МЭБИКЕ. Какие санкции к Вам как к студенту могут быть применены со стороны вуза? Назовите четыре типа санкций, и каждый проиллюстрируйте примером

ОПК-7.1: Понимает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

Знать: основы регуляции поведения индивида, основные способы самоорганизации, механизмы применения принципов социальной ответственности при осуществлении планомерной деятельности;

Уметь: пользоваться специальной литературой с целью практического применения содержащихся в ней знаний для разрешения вопросов профессиональной деятельности, применять знания в области организационного поведения для анализа собственного поведения в конкретных организационных

Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в Профессиональной деятельности, планирования собственного времени и карьеры.

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Метод наблюдения обычно используют на _____ этапе социологического исследования.

- А. Объяснительно-экспериментальном;
- Б. Проблемно-поисковом;
- В. Конструктивно-практическом;
- Г. Аналитическом.

2. Согласно теории И.Валлерстайна, страны ядра мировой системы...

- А. Подчиняются одному центру;
- Б. Ведут одинаковую политику в отношении периферии;
- В. Являются единой экономикой;
- Г. Конкурируют между собой.

3. К негативным следствиям индустриализации относят нарушение ...

- А. Прав человека;
- Б. Экологического равновесия;

- В. Демократических свобод;
Г. Паритета в военной силе.

4. Найдите соответствие:

1. Закономерность		А	уподобление другому (воспринимаемому) человеку.
2. Идентификация		Б	мера вероятности наступления какого-то события или явления либо их взаимосвязи.
3. Институционализация		В	социальная группа (страта), членством в которой человек обязан исключительно своим рождением
4. Каста		Г	процесс закрепления различных типов социальной деятельности в виде социальных институтов.

5. Проанализируйте таблицу и определите: есть ли различия между статусными группами в литературных предпочтениях. Любимые книги (в % от числа опрошенных)

Варианты ответа	Статусные группы		
	Верхний	Средний	Низший
Не читаю, редко читаю	36	39	45
Фантастика	17	17	11
Детективы	34	34	26
О любви	28	29	21
Классика	12	15	14
Религиозные	3	5	2
По домашнему хозяйству	15	18	15

Авторы социологического исследования разделили российских граждан на статусные группы. Назовите статусные группы современного российского общества, которые социологи относят к верхним, средним и низшим. По каким критериям социологи делят статусные группы на верхние, средние и низшие? Что на основе этого анализа можно сказать о статусных группах? Чем вы можете объяснить свой вывод? На основе литературных предпочтений выделите другие социальные группы. Какие показатели вы возьмете как критерий социального разделения групп? На основе проведенного вами анализа составьте свою таблицу социальных групп.

6. Дополните фразу. Капитализация знаний и квалификации — это

7. Дополните фразу. Масштаб социальной мобильности — это _____

8. Ситуационная задача.

Ваша подруга, отдыхая летом в Турции, познакомилась с местным жителем. Вместе они провели две недели и полгода общались через Интернет. Затем он приехал к ней в гости, познакомился с родителями и предложил выйти за него замуж и переехать к нему в Турцию. Подруга влюблена и сейчас полностью занята приготовлениями к свадьбе. Найдите способ объяснить ей, какие культурные, социальные и юридические проблемами возникают у женщин, выходящих замуж за иностранцев, особенно за мусульман.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Согласно концепции С. Хантингтона важным фактором социальных изменений является конфликт между ...

- А. Народами, принадлежащими к разным культурам;
- Б. Богатыми и бедными странами;
- В. Сверхдержавами;
- Г. Социальными классами.

2. Согласно Н. Смелзеру, к социальным движениям, «ориентированным на ценности», можно отнести...

- А. Движение в защиту прав потребителей;
- Б. Профсоюзное движение;
- В. Движение негров за гражданские права в США;
- Г. Движение за отмену привилегий чиновников.

3. Конкретное социологическое исследование – это...

- А. Выявление общих, социальных законов;
- Б. Выявление механизмов функционирования социальных систем и общностей людей;
- В. Исследование частной жизни людей;
- Г. Система процедур получения первичной социологической информации.

4. Найдите соответствие:

1. Коэффициент фондов		А	человек, покинувший одну культуру, страну, сословие, класс, группу и не приобщившийся к ценностям и образу жизни другой.
2. Маргинал		Б	соотношение между средними значениями доходов внутри сравниваемых групп населения или их долями в общем объеме доходов.
3. Независимые переменные		В	перевод понятий в термины либо наделение терминов эмпирическими признаками.

4. Операционализация		Г	переменные, на изменение которых не влияют другие переменные.
-----------------------------	--	----------	---

5. Проанализируйте социальную структуру современного российского общества, предложенную социологом Н.М. Римашевской. Определите в % долю каждого слоя в обществе:

- 1) общероссийские элитные группы.
- 2) региональные и корпоративные элиты.
- 3) российский «верхний средний класс»(собственность и доходы, обеспечивающие западные стандарты).
- 4) российский «динамический средний класс» (собственность и доходы выше среднего по России). Высокая социальная адаптированность, социальная активность с ориентацией на легальные способы ее проявления.
- 5) аутсайдеры (невысокие доходы). Низкая адаптированность и социальная активность с ориентацией на легальные способы ее проявления.
- 6) маргиналы – низкая адаптированность к социально- экономическим условиям.
- 7) криминалитет.

6. Дополните фразу. Операциональное определение переменной — это

7. Дополните фразу. Нормативистский подход (в стратификации) – это

8. Ситуационная задача.

По данным газеты «Московский комсомолец», 23 февраля, в День защитника Отечества, московская милиция задержала около 50 молодых людей, участвовавших в забеге под лозунгом «Русские без алкоголя, за здоровый образ жизни». Акция проходила в Измайловском парке – около 100 молодых людей стартовали пробежкой от Новогиреевской улицы и пробежали весь Измайловский парк до станции метро «Измайловская».

На выходе из парка молодых ребят, которые на протяжении пробежки выкрикивали лозунги «Русский – значит трезвый!», «Один за всех и все за одного!», «Русские выбирают спорт!» задержали и доставили в различные ОВД, где на них были составлены протоколы об административном правонарушении.

Объясните данное поведение, как со стороны непосредственных участников пробежки, так и со стороны правоохранительных органов.

ОПК-7.2: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Знать: закономерности человеческой психики и особенности восприятия информации, в том числе, рекламного характера, основные способы коммуникации и межгруппового взаимодействия;

Уметь: анализировать теоретический материал по проблемам командообразования, преобразовывать информацию для использования ее в дальнейшей профессиональной деятельности, иметь собственную позицию по вопросам организационных коммуникаций и внутригруппового взаимодействия с учетом норм этики и морали;

Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам рекламы и связей с общественностью и учета этических норм в профессиональной деятельности.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Ограниченное правилами отбора число единиц наблюдения, отбираемое из генеральной совокупности, называется:

- А. Единичная группа;
- Б. Экспериментальная группа;
- В. Контрольная группа;
- Г. Выборочная совокупность.

2. Самым распространенным методом сбора социологической информации является:

- А. Наблюдений;
- Б. Анализ документов;
- В. Опрос;
- Г. Экспертиза.

3. Понятие «закрытый вопрос» означает:

- А. Вопрос, предполагающий закрытие проблемы;
- Б. Вопрос, на который не существует ответа;
- В. Вопрос, на который предлагается несколько альтернативных вариантов ответов, из которых предстоит сделать выбор;
- Г. Вопрос, ответ на который ясен с самого начала.

4. Найдите соответствие:

1. Нужда		А	количество людей, переменивших свой прежний статус на другой вниз, вверх или по горизонтали.
2. Объем мобильности		Б	средний уровень бедности; охватывает те группы населения, которым хватает средств на простейшие физиологические потребности, но кто не может удовлетворить даже самые элементарные социальные потребности.
3. Отрасль социологии		В	единая система теоретических воззрений, методологических принципов, методических приемов и эмпирических результатов, разделяемых научным сообществом в рамках самостоятельной области знаний или теоретического подхода.

4. Парадигма		Г	совокупность специализированных в одной предметной области социологии исследований, например социология города, экономическая социология и др.
---------------------	--	----------	--

- 5. Назовите статусные группы современного российского общества, которые социологи относят к верхним, средним и низшим. По каким критериям социологи делят статусные группы на верхние, средние и низшие? Проанализируйте таблицу и определите: есть ли различия между статусными группами в литературных предпочтениях?**
 В 2020 г. ВЦИОМ провел исследование литературных предпочтений российских граждан. Данные этого исследования приведены в таблице.

Любимые книги (в % от числа опрошенных)

Варианты ответа	Статусные группы		
	Верхний	Средний	Низший
Не читаю, редко читаю	36	39	45
Фантастика	17	17	11
Детективы	34	34	26
О любви	28	29	21
Классика	12	15	14
Религиозные	3	5	2
По домашнему хозяйству	15	18	15

На основе литературных предпочтений выделите социальные группы. Какие показатели вы возьмете как критерий социального разделения групп? На основе проведенного вами анализа составьте свою таблицу социальных групп.

- 6. Дополните фразу. Ошибка репрезентативности – это _____**

- 7. Дополните фразу. Панельное исследование – это _____**

- 8. Ситуационная задача.**

Вы решили открыть собственный бизнес. Успех любого предпринимателя связан с определением своей ниши на рынке. Какое исследование вам надо провести? Опишите его основные операции. Какой информации вы отдадите предпочтение: первичной или вторичной?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1.В классификацию вопросов анкеты в зависимости от их содержания входит:

- А. Вопрос о знаниях;
- Б. Вопрос контрольный;
- В. Вопрос закрытый;
- Г. Вопрос косвенный.

2.В зависимости от способа общения исследователя и респондента интервью бывает:

- А. Личное и телефонное;
- Б. По месту жительства и в целевых аудиториях;
- В. Раздаточное и почтовое;
- Г. Индивидуальное и групповое.

3.Метод сбора первичной информации путем первичной регистрации событий, явлений и процессов, происходящих в определенных условиях, называется...

- А. Эксперимент;
- Б. Опрос;
- В. Интервью;
- Г. Наблюдение.

4. Найдите соответствие:

1. Первичные данные	А	1) в широком смысле носитель той или иной социальной проблемы; 2) в узком смысле — люди или объекты, способные дать социологу необходимую информацию.
2. Объект исследования	Б	полученная в эмпирическом исследовании статистическая информация, прошедшая известную математическую обработку и выраженная в форме таблиц с распределением ответов респондентов.
3. Позитивизм	В	лицо, которое действует по поручению другого физического или юридического лица, и выражает его интересы.
4. Представитель	Г	социально-философское и социологическое направление (Конт, Спенсер, Милль и др.), характеризующееся стремлением исходить из «позитивного», т.е. данного, фактического, устойчивого, несомненного, создать позитивную «социальную теорию», свободную от умозрительных метафизических объяснений, доказательную и общезначимую, основанную на методологии, свойственной естественным наукам.

5. Дополните фразу. Социальная дезинтеграция — это _____

6. Дополните фразу. Теоретическая модель предмета исследования (ТМПИ) – это _____

7. Дополните фразу. Экстенсивное определение предмета социологии – это _____

8. Рассмотрите ситуацию.

В ходе социологического опроса, проведенного Левада-Центром в 2020 году, россиянам предлагалось ответить на вопрос: «Что в настоящее время больше всего осложняет жизнь вашей семьи?» Полученные результаты, вместе с результатами, полученными в 1995 году, представлены в таблице.

Вариант ответа	% респондентов, выбравших ответ	
	1995 г.	2020 г.
низкие доходы, нехватка денег	69	62
плохое здоровье, трудности с лечением	29	29
бытовые трудности	21	19
усталость, переутомление	18	15
опасения потерять работу	20	14
плохое жилье	16	13
безысходность, отсутствие перспектив в жизни	25	13
недостаток свободного времени	9	13
невозможность дать детям хорошее образование	10	10
пьянство, наркомания кого-либо из членов семьи	6	4
плохое отношение в семье	5	2
другое	2	3
затрудняюсь ответить	5	8

Какие показатели за период между опросами изменились больше всего? Дайте возможное объяснение причин каждого из изменений.

ОПК-7.3: Демонстрирует навыки прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: основные подходы к анализу трудового результата, исследования в области регуляции поведения индивида в организационной среде, основные способы самоорганизации и прогнозирования деятельности в профессиональной области;
Уметь: анализировать эмпирический материал, теоретические обзоры, преобразовывать информацию для использования в профессиональной деятельности, формулировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам организации коммуникационного взаимодействия с учетом соблюдения принципов социальной ответственности.
Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации для составления прогнозов по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности.

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Метод наблюдения обычно используют на _____ этапе социологического исследования.

- Д. Объяснительно-экспериментальном;
- Е. Проблемно-поисковом;
- Ж. Конструктивно-практическом;
- З. Аналитическом.

2. Согласно теории И.Валлерстайна, страны ядра мировой системы...

- Д. Подчиняются одному центру;
- Е. Ведут одинаковую политику в отношении периферии;
- Ж. Являются единой экономикой;
- З. Конкурируют между собой.

3. К негативным следствиям индустриализации относят нарушение ...

- Д. Прав человека;
- Е. Экологического равновесия;
- Ж. Демократических свобод;
- З. Паритета в военной силе.

4. Найдите соответствие:

1. Закономерность	А	уподобление другому (воспринимаемому) человеку.
2. Идентификация	Б	мера вероятности наступления какого-то события или явления либо их взаимосвязи.
3. Институционализация	В	социальная группа (страта), членством в которой человек обязан исключительно своим рождением
4. Каста	Г	процесс закрепления различных типов социальной деятельности в виде социальных институтов.

5. Проанализируйте таблицу и определите: есть ли различия между статусными группами в литературных предпочтениях. Любимые книги (в % от числа опрошенных)

Варианты ответа	Статусные группы		
	Верхний	Средний	Низший
Не читаю, редко читаю	36	39	45
Фантастика	17	17	11

Детективы	34	34	26
О любви	28	29	21
Классика	12	15	14
Религиозные	3	5	2
По домашнему хозяйству	15	18	15

Авторы социологического исследования разделили российских граждан на статусные группы. Назовите статусные группы современного российского общества, которые социологи относят к верхним, средним и низшим. По каким критериям социологи делят статусные группы на верхние, средние и низшие? Что на основе этого анализа можно сказать о статусных группах? Чем вы можете объяснить свой вывод? На основе литературных предпочтений выделите другие социальные группы. Какие показатели вы возьмете как критерий социального разделения групп? На основе проведенного вами анализа составьте свою таблицу социальных групп.

6. Дополните фразу. Капитализация знаний и квалификации — это

7. Дополните фразу. Масштаб социальной мобильности —

это _____

8. Ситуационная задача.

Ваша подруга, отдыхая летом в Турции, познакомилась с местным жителем. Вместе они провели две недели и полгода общались через Интернет. Затем он приехал к ней в гости, познакомился с родителями и предложил выйти за него замуж и переехать к нему в Турцию. Подруга влюблена и сейчас полностью занята приготовлениями к свадьбе. Найдите способ объяснить ей, какие культурные, социальные и юридические проблемами возникают у женщин, выходящих замуж за иностранцев, особенно за мусульман.

Найдите способ объяснить ей, какие культурные, социальные и юридические проблемами возникают у женщин, выходящих замуж за иностранцев, особенно за мусульман.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Согласно концепции С. Хантингтона важным фактором социальных изменений является конфликт между ...

- Д. Народами, принадлежащими к разным культурам;
- Е. Богатыми и бедными странами;
- Ж. Сверхдержавами;
- З. Социальными классами.

2. Согласно Н. Смелзеру, к социальным движениям, «ориентированным на

ценности», можно отнести...

- Д. Движение в защиту прав потребителей;
- Е. Профсоюзное движение;
- Ж. Движение негров за гражданские права в США;
- З. Движение за отмену привилегий чиновников.

3. Конкретное социологическое исследование – это...

- Д. Выявление общих, социальных законов;
- Е. Выявление механизмов функционирования социальных систем и общностей людей;
- Ж. Исследование частной жизни людей;
- З. Система процедур получения первичной социологической информации.

4. Найдите соответствие:

1. Коэффициент фондов		А	человек, покинувший одну культуру, страну, сословие, класс, группу и не приобщившийся к ценностям и образу жизни другой.
2. Маргинал		Б	соотношение между средними значениями доходов внутри сравниваемых групп населения или их долями в общем объеме доходов.
3. Независимые переменные		В	перевод понятий в термины либо наделение терминов эмпирическими признаками.
4. Операционализация		Г	переменные, на изменение которых не влияют другие переменные.

5. Проанализируйте социальную структуру современного российского общества, предложенную социологом Н.М. Римашевской. Определите в % долю каждого слоя в обществе:

- 1) общероссийские элитные группы.
- 2) региональные и корпоративные элиты.
- 3) российский «верхний средний класс» (собственность и доходы, обеспечивающие западные стандарты).
- 4) российский «динамический средний класс» (собственность и доходы выше среднего по России). Высокая социальная адаптированность, социальная активность с ориентацией на легальные способы ее проявления.
- 5) аутсайдеры (невысокие доходы). Низкая адаптированность и социальная активность с ориентацией на легальные способы ее проявления.
- 6) маргиналы – низкая адаптированность к социально-экономическим условиям.
- 7) криминалитет.

6. Дополните фразу. Операциональное определение переменной — это

7. Дополните фразу. Нормативистский подход (в стратификации) –

это _____

8. Ситуационная задача.

По данным газеты «Московский комсомолец», 23 февраля, в День защитника Отечества, московская милиция задержала около 50 молодых людей, участвовавших в забеге под лозунгом «Русские без алкоголя, за здоровый образ жизни». Акция проходила в Измайловском парке – около 100 молодых людей стартовали пробежкой от Новогиреевской улицы и пробежали весь Измайловский парк до станции метро «Измайловская».

На выходе из парка молодых ребят, которые на протяжении пробежки выкрикивали лозунги «Русский – значит трезвый!», «Один за всех и все за одного!», «Русские выбирают спорт!» задержали и доставили в различные ОВД, где на них были составлены протоколы об административном правонарушении.

Объясните данное поведение, как со стороны непосредственных участников пробежки, так и со стороны правоохранительных органов.

Контрольные вопросы к зачету

1. Социология как наука: объект, предмет, структура, основные функции и место в системе социально-гуманитарного знания.
2. Позитивизм О. Конта
3. Органическая теория общества Г. Спенсера.
4. Социологические воззрения Э. Дюркгейма: «социологизм» и учение о социальных фактах.
5. «Понимающая социология» М. Вебера. Теория социального действия.
6. Западная социология XX века: структурный функционализм, символический интеракционизм, феноменология, теория социального конфликта, теория обмена и др.
7. Социологическая мысль в России, особенности становления и развития.
8. Социологическое исследование: определение, этапы, виды.
9. Выборка и её виды.
10. Понятие метода и методологии в социологии. Основные методы сбора данных в социологии.
11. Характеристика опросов. Специфика анкетирования и интервьюирования.
12. Наблюдение и анализ документов как методы социологического исследования.
13. Социологическое понятие «общество», его качественные характеристики. Исторические типы обществ, система современных обществ.
14. Сущность и структура общества как системы. Социальное действие и социальное взаимодействие.
15. Социальные общности и группы. Виды социальных групп, их характеристика и значение.
16. Социальные институты и организации. Определение, функции и роль в жизни общества.
17. Понятие личности в социологии, его специфика. Процесс социализации.
18. Статусно-ролевая концепция личности.
19. Отклоняющееся (девиантное) поведение: понятие, формы и пути его преодоления.
20. Социальная стратификация и социальная мобильность, основные концепции.
21. Социология семьи. Понятие семьи, ее структура, типы, функции и проблемы современной семьи.
22. Социальные изменения в обществе: понятие, виды и факторы, влияющие на социальные изменения.
23. Мировое сообщество. Формирование мировой системы.
24. Глобализация: понятие, факторы, социальные последствия.

25. Место России в мировом сообществе.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Экзамен/зачет проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы

по дисциплине

«Мировые информационные ресурсы»



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-3: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-3.1: Применяет навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; применяет методы принятия решений
Знать: основы научного поиска и практической работы с информационными источниками
Уметь: осуществлять научный поиск и практическую работу с информационными источниками
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.1: Понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основы составления медиапродуктов
Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов
Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике
ОПК-1.2: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.3: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.1: Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
Знать: основные особенности отечественного и мирового культурного процесса
Уметь: анализировать достижения отечественной и мировой культуры
Владеть: способностью выявлять и систематизировать лучшие образцы мировой

ОПК-3.2: Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных
Знать: основные направления и стили мировой художественной культуры
Уметь: гармонично сочетать художественный образ и текст, учитывая специфические особенности средств художественной выразительности.
Владеть: художественным вкусом и стилевым чутьем
ОПК-3.3: Применяет навыки использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: специфику сферы отечественного и мирового культурного процесса
Уметь: учитывать достижения отечественной и мировой культуры, средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Владеть: навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)
ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа- коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1: Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа- коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью; основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций основные технологии в сфере рекламы; основные технологии в сфере связей с общественностью; основные этапы разработки и организации специального события как как технологии интегрированных коммуникаций; специфику социальной рекламы; историю рекламы и связей с общественностью
Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; грамотно сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; проводить СВОТ анализ ситуации в организации; работать со СМИ
Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами культуры
ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа-коммуникационной системы
Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы в организациях различного типа;
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации;
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур. коммуникационных продуктов
ОПК-5.3: Применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть: навыками учета тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-3: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-3.1: Применяет навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; применяет методы принятия решений
Знать: основы научного поиска и практической работы с информационными источниками
Уметь: осуществлять научный поиск и практическую работу с информационными источниками
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Общенаучное понятие, включающее в себя обмен сведениями между людьми, обмен сигналами между живой и неживой природой, людьми и устройствами, называют...

А. информацией

- В. разъяснением
- С. сигналом
- Д. изложением

2. Информацию, представленную на недоступном для понимания языке, называют...

- А. нужной
- В. бесполезной
- С. достоверной
- Д. актуальной

3. Человек, который овладел определенным комплексом знаний и умений в области информационных и коммуникационных технологий и соблюдает юридические и этические нормы и правила, обладает...

- А. средствами
- В. знаниями
- С. речью
- Д. информационной культурой

4. Найдите соответствие:

1. Алгоритм			а)– совокупность правил, предписаний исполнителю (компьютеру) совершить последовательность действий, направленных на достижение указанной цели, решение поставленной задачи.
2. Алгоритмический язык			б) – это средство для записи алгоритмов в аналитическом виде, промежуточном между записью алгоритма на естественном (человеческом) языке и записью на языке ЭВМ (языке программирования).

5. Укажите упорядоченную по возрастанию последовательность значений...

- А 15 бит, 20 бит, 2 байта
- В 15 бит, 2 байта, 20 бит
- С 20 бит, 2 байта, 15 бит
- Д 2 байта, 15 бит 20 бит

6. 1 Гб – это _____ байт

7. Алгоритм – это _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Вы получили новый компьютер со склада. Компьютер предназначен для работы с больничной документацией (электронного документооборота в больнице нет) и для доступа в Интернет.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Виды деятельности, связанные с формированием информационных ресурсов, поддержанием их в актуальном состоянии, созданием средств обработки, средств связи, средств копирования информации, называют...

- A. речью
- B. информационной индустрией
- C. информацией
- D. информационной культурой

2. Данные, организованные в виде набора записей определенной структуры и хранящиеся в файлах, где, помимо самих данных, содержится описание их структуры, называют...

- A. СУБД
- B. базой данных
- C. данными
- D. сетью Интернет

3. Какой домен верхнего уровня в Internet имеет Россия:

- A. ss;
- B. su;
- C. ru;
- D. га;

4. Найдите соответствие:

1. База данных			А) – это совокупность базы данных, системы управления базой данных, системы администрирования БД и прикладных программ обработки.
2. Банк данных			Б) - совокупность связанных данных конкретной предметной области.

Укажите правильную последовательность по убыванию:

- 1 петабайт, 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 мегабайт
- 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт, 1 мегабайт
- 1 терабайт, 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт
- 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 терабайт, 1 петабайт

6. Дополните фразу. Глобальная компьютерная сеть - это _____

7. Дополните фразу. Телеконференция - это: _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Что понимают под термином «информация» применительно к компьютерной обработке данных?

ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.1: Понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основы составления медиапродуктов
Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов
Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Телеконференция - это:

- А информационная система в гиперсвязях;
- В процесс создания, приема и передачи WEB- страниц;
- С служба приема и передачи файлов любого формата;
- Д система обмена информацией между абонентами компьютерной сети;
- Е обмен письмами в глобальных сетях.

2. Глобальная компьютерная сеть - это:

- А множество компьютеров, связанных каналами передачи информации и находящихся в пределах одного помещения, здания;
- В совокупность хост-компьютеров и файл-серверов;
- С система обмена информацией на определенную тему;
- Д совокупность локальных сетей и компьютеров, расположенных на больших расстояниях и соединенных с помощью каналов связи в единую систему;
- Е информационная система с гиперсвязями.

3. Модем предназначен:

- А для подключения к линии тип "общая шина"
- В для преобразования сигнала с целью передачи по коммутируемым линиям связи

С для связи разделения сети на сегменты

4. Найдите соответствие:

1. Байт

А) – наименьшая адресуемая единица данных или памяти ЭВМ, обрабатываемая обычно как единое целое;

2. Бит

Б) – это минимальная единица информации (англ. binary digit - двоичная цифра). Сигнал, который имеет только два различных значения, или соответствующий ему разряд кода, который может принимать только два значения - 0 или 1

5. Укажите правильный порядок значений по убыванию...

А 1 петабайт, 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 мегабайт

В 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт, 1 мегабайт

С 1 терабайт, 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт

6. 1Тб – это _____ байт

7. Интерфейс – это _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Что понимают под термином «информация» применительно к компьютерной обработке данных?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Повторитель предназначен

А для усиления затухающего сигнала

В для преобразования сигнала для передачи по линиям связи

С для разделения сетей на сегменты

2. Гиперссылки на веб-странице могут обеспечить переход...

- А только на веб-страницы данного сервера
- В только в пределах данной веб-страницы
- С на любую веб-страницу любого сервера Интернет
- Д на любую веб-страницу данного региона

3. Задан адрес электронной почты в сети Интернет: user_nanie@mtu-net.ru. Каково доменное имя сервера, на котором хранится почта?

- А user_name
- В mtu-net
- С га
- Д mtu-net.ru

4. Найдите соответствие:

Веб-узел (сайт)

– самостоятельная часть веб-сайта; документ, снабженный уникальным адресом (URL).

Веб-страница

– структура, состоящая из гипертекстовых ссылок, связывающих вместе много документов, посвященных одной теме.

5. Выберите вариант, в котором единицы измерения информации расположены в порядке убывания....

- А мегабайт, гигабайт, килобайт
- В гигабайт, мегабайт, гигабайт
- С килобайт, гигабайт, килобайт
- Д килобайт, гигабайт, мегабайт

6. Дополните фразу. ОЗУ (RAM)_____

7. Дополните фразу. ПЗУ (ROM)_____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Какой минимальный набор программ вы установите?

ОПК-1.2: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какой адрес дан в IP представлении?

- A rusreg@bk.ru
- B www.rasreg.ru
- C 108.112.255.109

2. Адресом электронной почты в сети Интернет может быть

- A john@acctg.abc.uidfghs.com
- B rrr@mgpu.msk.ru
- C nina@
- D qwe01@www@uin.ru

3. называют бесполезные рекламные электронные сообщения, рассылаемые большому числу получателей?

- A гам
- B шум
- C "письмо счастья"
- D спам

4. Найдите соответствие:

1. ОЗУ (RAM)

A) –оперативная память, быстрая память, которая состоит из ячеек, имеющих свой адрес.

2. ПЗУ (ROM)

Б) - память, предназначенная только для чтения.

5. Укажите упорядоченную по возрастанию последовательность значений...

- A 15 бит, 20 бит, 2 байта
- B 15 бит, 2 байта, 20 бит
- C 20 бит, 2 байта, 15 бит
- D 2 байта, 15 бит 20 бит

6. 1 Гб – это _____ байт

7. Алгоритм – это _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Вы получили новый компьютер со склада. Компьютер предназначен для работы с больничной документацией (электронного документооборота в больнице нет) и для доступа в Интернет.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

4. Виды деятельности, связанные с формированием информационных ресурсов, поддержанием их в актуальном состоянии, созданием средств обработки, средств связи, средств копирования информации, называют...

- A. речью
- B. информационной индустрией
- C. информацией
- D. информационной культурой

5. Данные, организованные в виде набора записей определенной структуры и хранящиеся в файлах, где, помимо самих данных, содержится описание их структуры, называют...

- A. СУБД
- B. базой данных
- C. данными
- D. сетью Интернет

6. Какой домен верхнего уровня в Internet имеет Россия:

- A. ss;
- B. su;
- C. ru;
- D. ga;

4. Найдите соответствие:

2. База данных			A) – это совокупность базы данных, системы управления базой данных, системы администрирования БД и прикладных программ обработки.
2. Банк данных			Б) - совокупность связанных данных конкретной предметной области.

Укажите правильную последовательность по убыванию:

- 1 петабайт, 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 мегабайт
- 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт, 1 мегабайт
- 1 терабайт, 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт
- 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 терабайт, 1 петабайт

6. Дополните фразу. Глобальная компьютерная сеть - это _____

7. Дополните фразу. Телеконференция - это: _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Что понимают под термином «информация» применительно к компьютерной обработке данных?

ОПК-1.3: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

4. Общенаучное понятие, включающее в себя обмен сведениями между людьми, обмен сигналами между живой и неживой природой, людьми и устройствами, называют...

- A. информацией
- B. разъяснением
- C. сигналом
- D. изложением

5. Информацию, представленную на недоступном для понимания языке, называют...

- A. нужной
- B. бесполезной
- C. достоверной
- D. актуальной

6. Человек, который овладел определенным комплексом знаний и умений в области информационных и коммуникационных технологий и соблюдает юридические и этические нормы и правила, обладает...

- A. средствами
- B. знаниями
- C. речью
- D. информационной культурой

4. Найдите соответствие:

3. Алгоритм			а)– совокупность правил, предписаний исполнителю (компьютеру) совершить последовательность действий, направленных на достижение указанной цели, решение поставленной задачи.
4. Алгоритмический язык			б) – это средство для записи алгоритмов в аналитическом виде, промежуточном между записью алгоритма на естественном (человеческом) языке и записью на языке ЭВМ (языке программирования).

5. Укажите упорядоченную по возрастанию последовательность значений...

- Е 15 бит, 20 бит, 2 байта
- Г 15 бит, 2 байта, 20 бит
- Г 20 бит, 2 байта, 15 бит
- Н 2 байта, 15 бит 20 бит

6. 1 Гб – это _____ байт

7. Алгоритм – это _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Вы получили новый компьютер со склада. Компьютер предназначен для работы с больничной документацией (электронного документооборота в больнице нет) и для доступа в Интернет.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

7. Виды деятельности, связанные с формированием информационных ресурсов, поддержанием их в актуальном состоянии, созданием средств обработки, средств связи, средств копирования информации, называют...

- A. речью
- B. информационной индустрией
- C. информацией
- D. информационной культурой

8. Данные, организованные в виде набора записей определенной структуры и хранящиеся в файлах, где, помимо самих данных, содержится описание их структуры, называют...

- A. СУБД
- B. базой данных
- C. данными
- D. сетью Интернет

9. Какой домен верхнего уровня в Internet имеет Россия:

- A. ss;
- B. su;
- C. ru;
- D. га;

4. Найдите соответствие:

3. База данных			A) – это совокупность базы данных, системы управления базой данных, системы администрирования БД и прикладных программ обработки.
2. Банк данных			Б) - совокупность связанных данных конкретной предметной области.

Укажите правильную последовательность по убыванию:

- 1 петабайт, 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 мегабайт
- 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт, 1 мегабайт
- 1 терабайт, 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт
- 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 терабайт, 1 петабайт

6. Дополните фразу. Глобальная компьютерная сеть - это _____

7. Дополните фразу. Телеконференция - это: _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Что понимают под термином «информация» применительно к компьютерной обработке данных?

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.1: Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
Знать: основные особенности отечественного и мирового культурного процесса
Уметь: анализировать достижения отечественной и мировой культуры
Владеть: способностью выявлять и систематизировать лучшие образцы мировой

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

4. Телеконференция - это:

- А информационная система в гиперсвязях;
- В процесс создания, приема и передачи WEB- страниц;
- С служба приема и передачи файлов любого формата;
- Д система обмена информацией между абонентами компьютерной сети;
- Е обмен письмами в глобальных сетях.

5. Глобальная компьютерная сеть - это:

- А множество компьютеров, связанных каналами передачи информации и находящихся в пределах одного помещения, здания;
- В совокупность хост-компьютеров и файл-серверов;
- С система обмена информацией на определенную тему;
- Д совокупность локальных сетей и компьютеров, расположенных на больших расстояниях и соединенных с помощью каналов связи в единую систему;
- Е информационная система с гиперсвязями.

6. Модем предназначен:

- А для подключения к линии тип "общая шина"
- В для преобразования сигнала с целью передачи по коммутируемым линиям связи
- С для связи разделения сети на сегменты

4. Найдите соответствие:

3. Байт

А) – наименьшая адресуемая единица данных или памяти ЭВМ, обрабатываемая обычно как единое целое;

4. Бит

Б) – это минимальная единица информации (англ. binary digit - двоичная цифра). Сигнал, который имеет только два различных значения, или соответствующий ему разряд кода, который может принимать только два значения - 0 или 1

5. Укажите правильный порядок значений по убыванию...

А 1 петабайт, 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 мегабайт

В 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт, 1 мегабайт

С 1 терабайт, 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт

6. 1Тб – это _____ байт

7. Интерфейс – это _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Что понимают под термином «информация» применительно к компьютерной обработке данных?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Повторитель предназначен

А для усиления затухающего сигнала

В для преобразования сигнала для передачи по линиям связи

С для разделения сетей на сегменты

2. Гиперссылки на веб-странице могут обеспечить переход...

А только на веб-страницы данного сервера

В только в пределах данной веб-страницы

- C на любую веб-страницу любого сервера Интернет
- D на любую веб-страницу данного региона

3. Задан адрес электронной почты в сети Интернет: **user_nanie@mtu-net.ru**. Каково доменное имя сервера, на котором хранится почта?

- A user_name
- B mtu-net
- C га
- D **mtu-net.ru**

4. Найдите соответствие:

Веб-узел (сайт)

– самостоятельная часть веб-сайта; документ, снабженный уникальным адресом (URL).

Веб-страница

– структура, состоящая из гипертекстовых ссылок, связывающих вместе много документов, посвященных одной теме.

5. Выберите вариант, в котором единицы измерения информации расположены в порядке убывания....

- A мегабайт, гигабайт, килобайт
- B гигабайт, мегабайт, гигабайт
- C килобайт, гигабайт, килобайт
- D килобайт, гигабайт, мегабайт

6. Дополните фразу. ОЗУ (RAM)_____

7. Дополните фразу. ПЗУ (ROM)_____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Какой минимальный набор программ вы установите?

ОПК-3.2: Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных
Знать: основные направления и стили мировой художественной культуры
Уметь: гармонично сочетать художественный образ и текст, учитывая специфические особенности средств художественной выразительности.

Владеть: художественным вкусом и стилевым чутьем

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

4. Какой адрес дан в IP представлении?

- A rusreg@bk.ru
- B www.rasreg.ru
- C 108.112.255.109

5. Адресом электронной почты в сети Интернет может быть

- A john@acctg.abc.uidfghs.com
- B rrr@mgpu.msk.ru
- C nina@
- D qwe01@www@uin.ru

6. называют бесполезные рекламные электронные сообщения, рассылаемые большому числу получателей?

- A гам
- B шум
- C "письмо счастья"
- D спам

4. Найдите соответствие:

1. ОЗУ (RAM)

А) –оперативная память, быстрая память, которая состоит из ячеек, имеющих свой адрес.

2. ПЗУ (ROM)

Б) - память, предназначенная только для чтения.

5. Укажите упорядоченную по возрастанию последовательность значений...

- A 15 бит, 20 бит, 2 байта
- B 15 бит, 2 байта, 20 бит
- C 20 бит, 2 байта, 15 бит
- D 2 байта, 15 бит 20 бит

6. 1 Гб – это _____ байт

7. Алгоритм – это _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Вы получили новый компьютер со склада. Компьютер предназначен для работы с больничной документацией (электронного документооборота в больнице нет) и для доступа в Интернет.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

10. Виды деятельности, связанные с формированием информационных ресурсов, поддержанием их в актуальном состоянии, созданием средств обработки, средств связи, средств копирования информации, называют...

- A. речью
- B. информационной индустрией
- C. информацией
- D. информационной культурой

11. Данные, организованные в виде набора записей определенной структуры и хранящиеся в файлах, где, помимо самих данных, содержится описание их структуры, называют...

- A. СУБД
- B. базой данных
- C. данными
- D. сетью Интернет

12. Какой домен верхнего уровня в Internet имеет Россия:

- A. ss;
- B. su;
- C. ru;
- D. ga;

4. Найдите соответствие:

4. База данных			А) – это совокупность базы данных, системы управления базой данных, системы администрирования БД и прикладных программ обработки.
2. Банк данных			Б) - совокупность связанных данных конкретной предметной области.

Укажите правильную последовательность по убыванию:

- 1 петабайт, 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 мегабайт
 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт, 1 мегабайт
 1 терабайт, 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт
 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 терабайт, 1 петабайт

6. Дополните фразу. Глобальная компьютерная сеть - это _____

7. Дополните фразу. Телеконференция - это: _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Что понимают под термином «информация» применительно к компьютерной обработке данных?

ОПК-3.3:Применяет навыки использования многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: специфику сферы отечественного и мирового культурного процесса
Уметь: учитывать достижения отечественной и мировой культуры, средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Владеть: навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

7. Телеконференция - это:

- А информационная система в гиперсвязях;
- В процесс создания, приема и передачи WEB- страниц;
- С служба приема и передачи файлов любого формата;
- Д система обмена информацией между абонентами компьютерной сети;
- Е обмен письмами в глобальных сетях.

8. Глобальная компьютерная сеть - это:

- А множество компьютеров, связанных каналами передачи информации и находящихся в пределах одного помещения, здания;
- В совокупность хост-компьютеров и файл-серверов;
- С система обмена информацией на определенную тему;
- Д совокупность локальных сетей и компьютеров, расположенных на больших расстояниях и соединенных с помощью каналов связи в единую систему;
- Е информационная система с гиперсвязями.

9. Модем предназначен:

- А для подключения к линии тип "общая шина"

- В для преобразования сигнала с целью передачи по коммутируемым линиям связи
- С для связи разделения сети на сегменты

4. Найдите соответствие:

5. Байт

А) – наименьшая адресуемая единица данных или памяти ЭВМ, обрабатываемая обычно как единое целое;

6. Бит

Б) – это минимальная единица информации (англ. binary digit - двоичная цифра). Сигнал, который имеет только два различных значения, или соответствующий ему разряд кода, который может принимать только два значения - 0 или 1

5. Укажите правильный порядок значений по убыванию...

А 1 петабайт, 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 мегабайт

В 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт, 1 мегабайт

С 1 терабайт, 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт

6. 1Тб – это _____ байт

7. Интерфейс – это _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Что понимают под термином «информация» применительно к компьютерной обработке данных?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Повторитель предназначен

А для усиления затухающего сигнала

- В для преобразования сигнала для передачи по линиям связи
- С для разделения сетей на сегменты

2. Гиперссылки на веб-странице могут обеспечить переход...

- А только на веб-страницы данного сервера
- В только в пределах данной веб-страницы
- С на любую веб-страницу любого сервера Интернет
- Д на любую веб-страницу данного региона

3. Задан адрес электронной почты в сети Интернет: user_nanie@mtu-net.ru. Каково доменное имя сервера, на котором хранится почта?

- А user_name
- В mtu-net
- С га
- Д mtu-net.ru

4. Найдите соответствие:

Веб-узел (сайт)

— самостоятельная часть веб-сайта; документ, снабженный уникальным адресом (URL).

Веб-страница

— структура, состоящая из гипертекстовых ссылок, связывающих вместе много документов, посвященных одной теме.

5. Выберите вариант, в котором единицы измерения информации расположены в порядке убывания....

- А мегабайт, гигабайт, килобайт
- В гигабайт, мегабайт, гигабайт
- С килобайт, гигабайт, килобайт
- Д килобайт, гигабайт, мегабайт

6. Дополните фразу. ОЗУ (RAM)_____

7. Дополните фразу. ПЗУ (ROM)_____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Какой минимальный набор программ вы установите?

ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа- коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-5.1: Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа- коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью; основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций; основные технологии в сфере рекламы; основные технологии в сфере связей с общественностью; основные этапы разработки и организации специального события как как технологии интегрированных коммуникаций; специфику социальной рекламы; историю рекламы и связей с общественностью

Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; грамотно сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; проводить SWOT анализ ситуации в организации; работать со СМИ

Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами культуры

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

7. Общенаучное понятие, включающее в себя обмен сведениями между людьми, обмен сигналами между живой и неживой природой, людьми и устройствами, называют...

- A. информацией
- B. разъяснением
- C. сигналом
- D. изложением

8. Информацию, представленную на недоступном для понимания языке, называют...

- A. нужной
- B. бесполезной
- C. достоверной
- D. актуальной

9. Человек, который овладел определенным комплексом знаний и умений в области информационных и коммуникационных технологий и соблюдает юридические и этические нормы и правила, обладает...

- A. средствами
- B. знаниями
- C. речью
- D. информационной культурой

4. Найдите соответствие:

5. Алгоритм			а)– совокупность правил, предписаний исполнителю (компьютеру) совершить последовательность действий, направленных на достижение указанной цели, решение поставленной задачи.
6. Алгоритмический язык			б) – это средство для записи алгоритмов в аналитическом виде, промежуточном между записью алгоритма на естественном (человеческом) языке и записью на языке ЭВМ (языке программирования).

5. Укажите упорядоченную по возрастанию последовательность значений...

- I 15 бит, 20 бит, 2 байта
- J 15 бит, 2 байта, 20 бит
- K 20 бит, 2 байта, 15 бит
- L 2 байта, 15 бит 20 бит

6. 1 Гб – это _____ байт

7. Алгоритм – это _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Вы получили новый компьютер со склада. Компьютер предназначен для работы с больничной документацией (электронного документооборота в больнице нет) и для доступа в Интернет.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

13. Виды деятельности, связанные с формированием информационных ресурсов, поддержанием их в актуальном состоянии, созданием средств обработки, средств связи, средств копирования информации, называют...

- A. речью
- B. информационной индустрией
- C. информацией
- D. информационной культурой

14. Данные, организованные в виде набора записей определенной структуры и

хранящиеся в файлах, где, помимо самих данных, содержится описание их структуры, называют...

- A. СУБД
- B. базой данных
- C. данными
- D. сетью Интернет

15. Какой домен верхнего уровня в Internet имеет Россия:

- A. ss;
- B. su;
- C. ru;
- D. ga;

4. Найдите соответствие:

5. База данных			А) – это совокупность базы данных, системы управления базой данных, системы администрирования БД и прикладных программ обработки.
2. Банк данных			Б) - совокупность связанных данных конкретной предметной области.

Укажите правильную последовательность по убыванию:

- 1 петабайт, 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 мегабайт
- 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт, 1 мегабайт
- 1 терабайт, 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт
- 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 терабайт, 1 петабайт

6. Дополните фразу. Глобальная компьютерная сеть - это _____

7. Дополните фразу. Телеконференция - это: _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Что понимают под термином «информация» применительно к компьютерной обработке данных?

ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа-коммуникационной системы
Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы в организациях различного типа;

Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации;

Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур, коммуникационных продуктов

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Задан адрес электронной почты в сети Интернет: user_name@int.glasnet.ru. Каково имя владельца электронного адреса?

- A user_name@int.glasnet
- B glasnet.ru
- C int.glasnet
- D user_name

2. Какой из способов подключения к Интернет обеспечивает наибольшие возможности для доступа к информационным ресурсам?

- A удаленный доступ по коммутируемому телефонному каналу
- B постоянное соединение по выделенному телефонному каналу
- C терминальное соединение по коммутируемому телефонному каналу
- D постоянное соединение по оптоволоконному соединению

3. Компьютер подключенный к Интернет, обязательно имеет...

- A IP-адрес
- B домашнюю веб-страницу
- C Web-сервер
- D доменное имя

4. Найдите соответствие:

7. Алгоритм			а)– совокупность правил, предписаний исполнителю (компьютеру) совершить последовательность действий, направленных на достижение указанной цели, решение поставленной задачи.
8. Алгоритмический язык			б) – это средство для записи алгоритмов в аналитическом виде, промежуточном между записью алгоритма на естественном (человеческом) языке и записью на языке ЭВМ (языке программирования).

5. Укажите упорядоченную по возрастанию последовательность значений...

- A 15 бит, 20 бит, 2 байта
- B 15 бит, 2 байта, 20 бит

С 20 бит, 2 байта, 15 бит

D 2 байта, 15 бит 20 бит

6. Дополните фразу: "Электронное письмо — это _____ файл, содержащий _____ получателя и текст письма".

7. Дополните фразу: Модем - это _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Расскажите, какие сайты в Интернете содержат достоверную медицинскую информацию?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Модем - это...

- A почтовая программа
- B сетевой протокол
- C сервер Интернет
- D техническое устройство

2. Электронная почта позволяет передавать...

- A только файлы
- B сообщение и приложенные файлы
- C только сообщения

3. Что делает невозможным подключение компьютера к глобальной сети:

- A Тип компьютера,
- B Состав периферийных устройств,
- C Отсутствие дисководов,
- D Отсутствие сетевой карты.

4. Найдите соответствие:

16. Виртуальная реальность

A) – это наука о знаниях, способах их получения, представления, переработки и использования в искусственных системах.

17. Искусственный интеллект (ИИ)

Б) — это высокоразвитая форма компьютерного моделирования, которая позволяет пользователю погрузиться в модельный мир и непосредственно действовать в нем. Зрительные, слуховые, осязательные и моторные ощущения пользователя при этом заменяются их имитацией, генерируемой компьютером.

5. Укажите правильную последовательность по убыванию:

- 1 петабайт, 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 мегабайт
- 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт, 1 мегабайт
- 1 терабайт, 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт
- 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 терабайт, 1 петабайт

6. Дополните фразу. Глобальная компьютерная сеть - это _____

7. Дополните фразу. Телеконференция - это: _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Используя соответствующий программный продукт, выполните задание. Составьте таблицу, содержащую следующие данные: ФИО студента и наличие у него определённых зачётов (или отработок). В группе 10 студентов, и в первом семестре каждому необходимо сдать 13 зачётов.

ОПК-5.3: Применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть: навыками учета тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В компьютерных сетях используются обычно каналы связи:

А Провода;

- В Кабели;
 С Радио связь,
 D Все вышеперечисленное.
2. Эффективность компьютерной связи зависит обычно от:
 А Пропускной способности;
 В Производительности процессора;
 С Емкости памяти,
 D Все вышеперечисленное.
3. Устройство, производящее преобразование аналоговых сигналов в цифровые и обратно, называется:
 А сетевая карта;
 В модем;
 С процессор;
 D адаптер.

4. Найдите соответствие:

9. Алгоритм			а)– совокупность правил, предписаний исполнителю (компьютеру) совершить последовательность действий, направленных на достижение указанной цели, решение поставленной задачи.
10. Алгоритмический язык			б) – это средство для записи алгоритмов в аналитическом виде, промежуточном между записью алгоритма на естественном (человеческом) языке и записью на языке ЭВМ (языке программирования).

5. Укажите упорядоченную по возрастанию последовательность значений...

- А 15 бит, 20 бит, 2 байта
 В 15 бит, 2 байта, 20 бит
 С 20 бит, 2 байта, 15 бит
 D 2 байта, 15 бит 20 бит

6. 1 Гб – это _____ байт

7. Алгоритм – это _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Вы получили новый компьютер со склада. Компьютер предназначен для работы с

больничной документацией (электронного документооборота в больнице нет) и для доступа в Интернет.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Объединение компьютеров и локальных сетей, расположенных на удаленном расстоянии, для общего использования мировых информационных ресурсов, называется...

- A** локальная сеть;
- B** глобальная сеть;
- C** корпоративная сеть;
- D** региональная сеть.

2. Компьютер подключенный к Интернет, обязательно имеет:

- A** локальная сеть;
- B** глобальная сеть;
- C** корпоративная сеть;
- D** региональная сеть.

3. Какой вид сетей называется одноранговой?

- A** локальная сеть;
- B** глобальная сеть;
- C** корпоративная сеть;
- D** региональная сеть.

4. Найдите соответствие:

6. База данных			A) – это совокупность базы данных, системы управления базой данных, системы администрирования БД и прикладных программ обработки.
2. Банк данных			Б) - совокупность связанных данных конкретной предметной области.

5. Укажите правильную последовательность по убыванию:

- A** 1 петабайт, 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 мегабайт
- B** 1 терабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт, 1 мегабайт
- C** 1 терабайт, 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 петабайт
- D** 1 мегабайт, 1 гигабайт, 1 терабайт, 1 петабайт

6. Дополните фразу. Глобальная компьютерная сеть - это _____

7. Дополните фразу. Телеконференция - это: _____

8. Ситуационная задача.

Содержит ли для вас данное сообщение информацию? Для кого данное сообщение может содержать какую-либо информацию? Почему?

Вы – староста группы первокурсников. Куратор группы, попросил вас помочь подготовить документ, в котором будет отражаться успеваемость студентов в сессию.

Вопросы к зачету

1. Мировые информационные ресурсы: понятие, назначение, задачи.
 2. Роль информации в развитии общества.
 3. Этапы развития информационных услуг.
 4. Профессиональные базы данных, назначение, состав.
 5. Единая информационная среда и динамика ее развития на современном этапе.
 6. Информационная инфраструктура
 7. История создания и развития информационных ресурсов Интернет.
 8. Виды информации, хранимой в Интернете и профессиональных базах
 9. Технология поиска информации в Интернете в профессиональных базах.
 10. Порядок работа с поисковыми системами Интернет
 11. Правовые основы информационной работы в РФ.
 12. Государственные информационные ресурсы, назначение состав.
 13. Библиотечная сеть РФ, назначение состав.
 14. Информационные ресурсы архивного фонда. назначение состав
 15. Статистическая информация, назначение состав.
 16. Научно-техническая информация, назначение состав.
 17. Правовая информация, назначение состав.
 18. Биржевая и финансовая информация, назначение состав.
 19. Порядок подключение к сети Интернет
 20. Порядок создания почтового ящика.
 21. Порядок работы в сети Интернет по поиску информации на сайтах мировых информационных агентств.
-

22. Назначение мировых поисковых систем.
23. Системы адресации, протоколы передачи данных, статистические и динамические адреса, доменные имена сети Интернет.
24. Понятие протокола, серверы Интернет, электронная почта, понятие браузера.
25. Порядок работа с электронной почтой.
26. Классификация мировых информационных ресурсов.
27. Информационные базы данных, определение.
28. Информационная услуга. Способы предоставления информационных услуг.
29. Базы данных массового потребителя.
30. Отличие профессиональных баз данных от баз данных массового потребителя.
31. Характеристика наиболее известных мировых фирм, создающие информационные базы данных.
32. Электронные конференции.
33. Коммерческая и деловая информация для поддержки бизнеса.
34. Структура и функции информационного рынка.
35. Государственная информационная политика. Ее основные концепции.
36. Комплексная оценка эффективности использования мировых ресурсов.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет и экзамен проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалы, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретические вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы
по дисциплине «Массовые
коммуникации и медиапланирование»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ОПК-1 - способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;	
ОПК-1.1: Понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
Знать: основы составления медиапродуктов;	
Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов;	
Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике	
Показатель оценивания: Знает основы процессов массовой коммуникации и медиапланирования	
ОПК-1.2: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;	
Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;	
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
Показатель оценивания: знает основы составления медиатекстов и владеет навыками их подготовки для рекламы и иных коммуникационных продуктов	
ОПК-1.3: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов	
Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ	
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах	
Показатель оценивания: умеет создавать различные медиатексты в различных жанрах и форматах	
ОПК-2 - способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;	
ОПК-2.1: Понимает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	
Уметь: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов	
Владеть: навыками создания рекламных и PR-продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов	
Показатель оценивания: знает механизмы функционирования и тенденции развития общественных и государственных институтов, способен учитывать их при создании рекламных и PR-продуктов	

ОПК-2.2: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов
Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
Показатель оценивания: знает тенденции развития общественных и государственных институтов и способен создавать тексты рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-2.3: Применяет навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Показатель оценивания: знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития и применяет навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

. Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные

вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ОПК-1.1: Понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основы составления медиапродуктов;
Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов;
Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике
Показатель оценивания: Знает основы процессов массовой коммуникации и медиапланирования

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Задачи медиапланирования вытекают из целей:

- А. Маркетинга
- Б. Рекламы
- В. Логистики
- Г. Паблсити

2. Медиаплан является этапом:

- А. Интегрированных маркетинговых коммуникаций
- Б. Вывода создания и вывода на рынок нового товара
- В. Подготовки рекламной кампании
- Г. PR-деятельности по установлению эффективных взаимоотношений со СМИ

3. Reach – это:

- А. Охват
- Б. Частота
- В. Время
- Г. Количество

4. Найдите соответствие:

1. . Адресант		А	Идеальный момент для предоставления потребителям рекламного обращения
2. Адресат		Б	Отправитель информации
3. Апертура		В	Система мгновенного получения рейтинга телевизионной передачи на основе данных с установленных в домашних телевизорах электронных устройств
4. Арбитрон		Г	Получатель информации, реципиент

5. Укажите правильную последовательность: тактическое медиапланирование (1-3года.)

- А. Оптимизация бюджета для работы со СМИ
- Б. Оценка и отбор средств массовой информации
- В. Определение оптимальных значений показателей эффективности
- Г. Постановка рекламных целей

6 Дополните фразу. Взаимодействие людей при помощи организации их совместной деятельности: межличностное взаимодействие - это _____

7. Дополните фразу. Раздел современной прикладной социологии, связанный с изучением общественного мнения путем анкетирования - это _____

8. Ситуационная задача.

Организация, создающая веб-сайты, хочет проинформировать потенциальную аудиторию о запуске своих новых проектов. Посоветуйте ей оптимальные коммуникативные каналы

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Паттерн-охват это:

- А. Доля, объем аудитории определенной программы
- Б. Охват целевой аудитории за единицу времени
- В. Распределение активных периодов рекламной кампании
- Г. Сумма рейтингов рекламных обращений

2. Паттерн известности применяют для:

- А. Для товаров и услуг с длинным циклом покупки и требующих длительного времени принятия решения
- Б. Для товаров и услуг с длительным циклом покупки и коротким временем принятия решения
- В. Для сезонных товаров
- Г. Для товаров повседневного спроса

3. Что такое «просмотровая яма»?

- А. Время наибольшего охвата аудитории телеканала или радиостанцией
- Б. Вторая минута трехминутного рекламного ролика на ТВ
- В. Первые тридцать секунд ролика
- Г. Место аудитории, видевшей конкретно взятую программу

4. Найдите соответствие:

1. Аттракция		А	Визуальная привлекательность личности, товара, фирмы, искусство управления впечатлением
2. Аффилиация		Б	Понятие, обозначающее возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого
3. Имидж		В	Гневное выступление, оскорбительная речь, письменное или устное обвинение
4. Инвектива		Г	Потребность человека в установлении, сохранении и упрочении эмоционально-положительных (дружеских, товарищеских, приятельских) отношений с окружающими людьми

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Данные по социально-демографическим свойствам аудиторий СМИ;
- Б. Данные по интересам и активности аудиторий СМИ;
- В. Мониторинг (отслеживание) выхода рекламы;
- Г. Исследования потребителей товара для определения целевых групп.

6 Дополните фразу. Форма традиционного общества, основанного на сельскохозяйственном и ремесленном производстве – это _____

7. Дополните фразу. Враждебный тип действий индивида или группы по отношению к другому индивиду или группе – это _____

8. Ситуационная задача.

Перед нами фирма-производитель колбасных изделий. Для улучшения общественного мнения о продукции и продвижения товаров на рынке они поручила Вам отбор оптимальных каналов для коммуникаций. Что вы посоветуете фирме и почему?

ОПК-1.2: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Показатель оценивания: знает основы составления медиатекстов и владеет навыками их подготовки для рекламы и иных коммуникационных продуктов

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Кумулятивный эффект рекламы в медиапланировании это:

- А. Информирование целевой аудитории о выходе товаров
- Б. Содержание рекламного сообщения
- В. Определенное количество повторов, обеспечивающее накопление информации у целевой аудитории
- Г. Степень воздействия рекламных средств на потребителей

2. Чем можно объяснить применение метода медиа-микс в медиапланировании?

- А. Относительной дешевизной
- Б. Усилением воздействия на целевую аудиторию за счет яркости сообщения

- В. Увеличением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей
 Г. Созданием и поддержкой узнаваемого имиджа организации (товара, услуги)

3. Что такое медиапланирование?

- А. Процесс выбора средств, места, времени, размера и частоты рекламы.
 Б. Деятельность по сбору, обработки и передачи информации в СМИ.
 В. Вид деятельности, направленный на повышение эффективности рекламы в СМИ.
 Г. Систематический способ сбора данных о поведении, взглядах и мнениях людей

4. Найдите соответствие:

1. Выборка репрезентативная		А	Систематический способ сбора данных о поведении, взглядах и мнениях людей, принадлежащих к репрезентативной группе
2. Выборка целевая		Б	Метод исследования, позволяющий делать заключение о характере распределения изучаемых признаков генеральной совокупности на основании рассмотрения ее частей
3. Выборочное исследование		В	Выборка, строго отражающая особенности и соотношение генеральной совокупности
4. Выборочный метод		Г	Выборка, элементы которой отбираются из генеральной совокупности в соответствии с определенными исследовательскими целями

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Составить развернутый план рекламной кампании;
 Б. Определить вашего покупателя и цели рекламной кампании;
 В. Подвести итоги рекламной кампании;
 Г. Выбрать формы размещения рекламы.

6. Дополните фразу. Черта характера, побуждающая человека бескорыстно приходить на помощь, заинтересованность в благополучии других более, чем в собственном - это _____

7. Дополните фразу. Термин «Альянс» обозначает _____

8. Ситуационная задача

По Вашему мнению медиапланирование, действительно, так необходимо в рекламном бизнесе или это новомодные измышления рекламистов, чтобы оправдать весомость своей работы?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Паттерн смещающегося товара применяют для:

- А. Для товаров с длительным циклом покупки и длительным временем принятия решения

- Б. Для товаров и услуг с длительным циклом покупки и коротким временем принятия решения
- В. Для товаров, имеющих один или несколько пиков продаж в году
- Г. Для товаров с коротким циклом покупки

2. Адресант – это...

- А. Получатель информации
- Б. Жанр PR-текста
- В. Отправитель информации
- Г. Заказчик PR-деятельности

3. Форма рекламы, использующая авторитет популярной личности

- А. Флаер
- Б. Имиджмейк
- В. Баннер
- Г. Тестемониум

4. Найдите соответствие:

1. Консумент		А	Рекламный стенд, средство наружной рекламы
2. Копирайтер		Б	Потребитель, покупатель
3. Лайтпостер		В	Образно-новостной жанр PR-текста, именная или авторская статья, посвященная новостному событию
4. Байлайнер		Г	Специалист по написанию PR и рекламных текстов

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Выбрать формы и определить наиболее оптимальные сроки размещения рекламных мероприятий размещения рекламы;
- Б. Подсчитать возможные расходы на рекламную кампанию;
- В. Составить развернутый план рекламной кампании;
- Г. Определить основную идею рекламной кампании.

6. Дополните фразу. Исследование социально-демографического состава аудитории издания, теле-радиопрограммы, их рейтингов – это _____

7. Дополните фразу. Рекламный плакат, выполненный на ткани, пластике, бумаге прямоугольной или треугольной формы - это _____

8. Ситуационная задача

Что на Ваш взгляд важнее: любой ценой влезть в бюджет рекламодателя и выбрать дешевые СМИ, или сделать ставку на дорогие медиаканалы и требовать увеличения бюджета у клиента?

ОПК-1.3: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов

Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах
Показатель оценивания: умеет создавать различные медиатексты в различных жанрах и форматах

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Помехи коммуникации, возникающие по причине многозначности отдельных понятий

- А. Физические
- Б. Семантические
- В. Психологические
- Г. Прагматические

2. Аксиологический, подход к проблеме информации понимает её характеристики...

- А. Формальные
- Б. Функциональные
- В. Атрибутивные
- Г. Ценностные

3. Синдикативная функция массовой информации заключается

- А. В творческом самовыражении
- Б. В укреплении общности
- В. В обучении
- Г. В предписании

4. Найдите соответствие:

1. Барраж		А	Образно-новостной жанр PR-текста, именная или авторская статья, посвященная новостному событию
2. Бенчмаркинг		Б	PR-кампания, направленная на подготовку общественного мнения к какой-либо акции, выставке товаров, выходу на новые рынки.
3. Байлайнер		В	Показ чего-либо два раза в год.
4. Биеннале		Г	Методика исследования превосходства и оценки преимущества партнеров и конкурентов в целях повышения эффективности деятельности собственной организации.

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Назначаются сотрудники, ответственные за проведение рекламной кампании
- Б. Осуществляются определение и изучение целевой аудитории

В. Выбираются средства рекламы и оптимальные каналы коммуникаций

Г. Устанавливается цель рекламной кампании

6. Дополните фразу. Рекламные щиты, установленные на самых оживленных трассах и магистралях - это _____

7. Дополните фразу. Рекламное панно на глухих стенах и торцах домов – это _____

8. Ситуационная задача

Предложите медиастратегию «Банку Русский стандарт» для популяризации нового вида кредита (*потребительский от 13% годовых*)

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Термин «Коммуникация» имеет латинское значение

А. Руководить

Б. Говорить

В. Связывать

Г. Делать

2. НЕ социализирующая функция массовой коммуникации

А. Информирующая

Б. Нормативно-регуляционная

В. Мотивационная

Г. Просветительская

3. Средства массовой коммуникации

А. Книга, дневник, письмо

Б. Газета, радио, интернет

В. Телевидение, артефакт, балаган

Г. Магия, поверье, обряд

4. Найдите соответствие:

1. Горизонтальная коммуникация		А	Процесс общения, словесного взаимодействия сторон
2. Гендерная идентичность		Б	Общение между лицами разного статуса или уровня в социальной иерархии
3. Вербальная коммуникация		В	Осознание себя связанным с культурными определениями мужественности и женственности
4. Вертикальная коммуникация		Г	общение между лицами одного статуса или уровня в социальной иерархии

5. Укажите правильную последовательность:

А. Составляется смета расходов на проведение рекламной кампании

Б. Определяется эффективность рекламной кампании.

В. Утверждаются медиаплан и график осуществления рекламной кампании

Г. Осуществляются разработка и изготовление рекламы, закупка места и времени в СМИ

6. Дополните фразу. Реклама издательства, вкладываемая в книгу, журнал, каталог в виде красочной закладки – это _____

7. Дополните фразу. Листовой рекламный материал большого формата, рассылаемый по почте без конверта – это _____

8. Ситуационная задача

Как изменится медиастратегия для «Банка Русский стандарт», если задача сводится к популяризации расчетно-кассового обслуживания для организаций?

ОПК-2.1: Понимает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Уметь: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов
Владеть: навыками создания рекламных и PR-продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
Показатель оценивания: знает механизмы функционирования и тенденции развития общественных и государственных институтов, способен учитывать их при создании рекламных и PR-продуктов

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Линейная модель коммуникационного процесса

- А. Источник – передатчик – приемник - источник
- Б. Источник - сообщение, кодирующее устройство – приемник - приемник
- В. Источник - передатчик - приемник
- Г. Источник – передатчик – источник помех - приемник

2. Основные компоненты информационной связи теории Шеннона

- А. Источник, передатчик, канал передачи, приемник, конечная цель,
- Б. Источник, кодирующее устройство, сообщение, канал, декодирующее устройство, приемник
- В. Источник, сообщение, кодирующее устройство, декодирующее устройство, приемник
- Г. Источник, передатчик, линия связи, приемник, адресат, источник помех.

3. НЕ входит в основные характеристики целевой аудитории по По Е.В.Исаенко

- А. Демографические
- Б. Культурные,
- В. Социальные
- Г. Психологические

4. Найдите соответствие:

1. Аттракция		А	Визуальная привлекательность личности, товара, фирмы, искусство управления впечатлением
2. Аффилиация		Б	Понятие, обозначающее возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого
3. Имидж		В	Гневное выступление, оскорбительная речь, письменное или устное обвинение
4. Инвектива		Г	Потребность человека в установлении, сохранении и упрочении эмоционально-положительных (дружеских, товарищеских, приятельских) отношений с окружающими людьми

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Данные по социально-демографическим свойствам аудиторий СМИ;
- Б. Данные по интересам и активности аудиторий СМИ;
- В. Мониторинг (отслеживание) выхода рекламы;
- Г. Исследования потребителей товара для определения целевых групп.

6. Дополните фразу. Торговая марка или товар, имеющие широкую известность – это _____

7. Дополните фразу. Подвешенный на тонкой ножке указатель товара - это _____

8. Ситуационная задача

Что лучше предпочесть рекламодателю?

- рекламоноситель с общей аудиторией 100 000 и целевой аудиторией 10 000
 - рекламоноситель с общей аудиторией 10 000 и целевой аудиторией 5 000,
- если стоимость размещения рекламы в первом = 20 000 рублей а стоимость во втором = 8 000 рублей

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Рефлексия – это

- А.получение удовольствия
- Б. достижение взаимопонимания
- В. переживание своих мыслей и чувств
- Г.понимание значений

2. Формы массовых коммуникаций

- А. Образование, религия, реклама
- Б.Акция, смысл, ритуал
- В. Пропаганда, норма, правило
- Г. Культура, традиция, ценность

3. Адлиб

- А. Маленькая статья или заметка в газете

- Б. Контроль достоверности тиражей периодических изданий
 В. Рекламный плакат, выполненный на ткани
 Г. Экспромт, импровизация ведущего на радио

4. Найдите соответствие:

1. Выборка репрезентативная		А	Систематический способ сбора данных о поведении, взглядах и мнениях людей, принадлежащих к репрезентативной группе
2. Выборка целевая		Б	Метод исследования, позволяющий делать заключение о характере распределения изучаемых признаков генеральной совокупности на основании рассмотрения ее частей
3. Выборочное исследование		В	Выборка, элементы которой отбираются из генеральной совокупности в соответствии с определенными исследовательскими целями
4. Выборочный метод		Г	Выборка, строго отражающая особенности и соотношение генеральной совокупности

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Составить развернутый план рекламной кампании;
 Б. Подвести итоги рекламной кампании;
 В. Определить вашего покупателя и цели рекламной кампании;
 Г. Выбрать формы размещения рекламы.

6. Дополните фразу. Стремление телезрителей избежать просмотра рекламы, переключая с помощью дистанционного пульта управления каналы – это _____

7. Дополните фразу. Гневное выступление, оскорбительная речь, письменное или устное обвинение – это _____

8. Ситуационная задача

Предложите медиастратегию «Строй-Гиганту» для популяризации нового вида товара

ОПК-2.2: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов
Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
Показатель оценивания: знает тенденции развития общественных и государственных институтов и способен создавать тексты рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Верификация

- А. Каталог в виде красочной закладки
- Б. Процесс общения
- В. Проверка достоверности информации
- Г. Социальное деление

2. Краткое изложение содержания литературных и публицистических произведений

- А. Джингл
- Б. Дайджест
- В. Гендер
- Г. Брэнд

3. Время наиболее массового просмотра телепередач или прослушивания радиопередач

- А. Паблсити
- Б. Пилларс
- В. Медиа-микс
- Г. Прайм-тайм

4. Найдите соответствие:

1. Аттракция		А	Визуальная привлекательность личности, товара, фирмы, искусство управления впечатлением
2. Аффилиация		Б	Понятие, обозначающее возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого
3. Имидж		В	Гневное выступление, оскорбительная речь, письменное или устное обвинение
4. Инвектива		Г	Потребность человека в установлении, сохранении и упрочении эмоционально-положительных (дружеских, товарищеских, приятельских) отношений с окружающими людьми

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Данные по социально-демографическим свойствам аудиторий СМИ;
- Б. Данные по интересам и активности аудиторий СМИ;
- В. Мониторинг (отслеживание) выхода рекламы;
- Г. Исследования потребителей товара для определения целевых групп.

6. Дополните фразу. Модели коммуникации Дж. Грюнига включают:

7. Дополните фразу. Рыночная ситуация, для которой характерно значительное превышение количества продавцов над покупателями – это _____

8. Ситуационная задача

Вам необходимо составить план рекламной кампании. Какие данные Вам нужно изучить?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Автор диффузной модели коммуникации

- А. П.Лазарсфельд
- Б. У.Шрамм
- В. И.Тан
- Г. Ч.Пирс

2. Малоформатная газета со сжатым текстом и броскими анонсами, фотографиями, заголовками

- А. Флаер
- Б. Резюме
- В. Таблоид
- Г. Имидж

3. PR-кампания, направленная на подготовку общественного мнения к какой-либо акции, выставке товаров, выходу на новые рынки.

- А. Бликфанг
- Б. Барраж
- В. Бродсайт
- Г. Басорама

4. Найдите соответствие:

1. Модель коммуникации Ч.Пирса		А	Модель двустороннего процесса, в котором отправитель и получатель действуют в контексте их ценностных ориентаций, своих взаимоотношений и общественной ситуации.
2. Модель коммуникации У.Шрамма		Б	Социально-психологическая модель, в которой особое внимание уделяется отношениям между участниками (субъектами) коммуникации и их отношениям (аттитюдом) к объекту (теме) коммуникации
3. Модель коммуникации П.Лазарсфельда		В	Семиотическая модель, ориентирована на анализ знаковой сущности процесса коммуникации как сотворчества и воспроизводства смыслов аудиторией
4. Модель коммуникации Т.Ньюкомба		Г	Диффузная модель, в которой учитывается социальное окружение в процессе коммуникации, социальные условия при которых происходит контакт.

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Связаться с производством
- Б. Определить целевую аудиторию
- В. Проверка после покупки
- Г. Знать географию мест охвата наружной рекламой

6. Дополните фразу. Краткое изложение речи, статьи, краткий вывод, заключительный итог – это _____

7. Дополните фразу. Репутация, установившееся мнение о ком-либо - это _____

8. Ситуационная задача

Организация, создающая веб-сайты, хочет проинформировать потенциальную аудиторию о запуске своих новых проектов. Посоветуйте ей оптимальные коммуникативные каналы

ОПК-2.3: Применяет навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Показатель оценивания: знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития и применяет навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Арбитрон...

- А. Потребность человека в установлении, сохранении и упрочении эмоционально-положительных отношений с окружающими людьми.
- Б. Маленькая статья или заметка в газете, содержащая информацию о фирме, организации без заголовка и подписи.
- В. Предмет, знак, использующийся в рекламе и PR для привлечения внимания
- Г. Система мгновенного получения рейтинга телевизионной передачи на основе данных с установленных в домашних телевизорах электронных устройств.

2. Паттерн смещающегося товара применяют для:

- А. Для товаров с длительным циклом покупки и длительным временем принятия решения
- Б. Для товаров и услуг с длительным циклом покупки и коротким временем принятия решения
- В. Для товаров, имеющих один или несколько пиков продаж в году
- Г. Для товаров с коротким циклом покупки

3. Адресант – это...

- А. Получатель информации
- Б. Жанр PR-текста

В. Отправитель информации
Г. Заказчик PR-деятельности

4. Найдите соответствие:

1. Аттракция		А	Потребность человека в установлении, сохранении и упрочении эмоционально-положительных (дружеских, товарищеских, приятельских) отношений с окружающими людьми
2. Аффiliation		Б	Гневное выступление, оскорбительная речь, письменное или устное обвинение
3. Имидж		В	Понятие, обозначающее возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого
4. Инвектива		Г	Визуальная привлекательность личности, товара, фирмы, искусство управления впечатлением

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Мониторинг (отслеживание) выхода рекламы;
- Б. Данные по интересам и активности аудиторий СМИ;
- В. Данные по социально-демографическим свойствам аудиторий СМИ;
- Г. Исследования потребителей товара для определения целевых групп.

6. Дополните фразу. Девизы, призывы, часто повторяющиеся фразы, которые связывают рекламные объявления в рамках одной кампании – это _____

7. Дополните фразу. Идеальный момент для предоставления потребителям рекламного обращения – это _____

8. Ситуационная задача

Вам нужно сделать наружную рекламу на тему продажи антикварной мебели и разместить ее на билборде. Какой образ и текст более всего подойдет для нее?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Кумулятивный эффект рекламы в медиапланировании это:

- А. Информирование целевой аудитории о выходе товаров
- Б. Содержание рекламного сообщения
- В. Определенное количество повторов, обеспечивающее накопление информации у целевой аудитории
- Г. Степень воздействия рекламных средств на потребителей

2. Чем можно объяснить применение метода медиа-микс в медиапланировании?

- А. Относительной дешевизной
- Б. Усилением воздействия на целевую аудиторию за счет яркости сообщения
- В. Увеличением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей
- Г. Созданием и поддержкой узнаваемого имиджа организации (товара, услуги)

3. Что такое медиапланирование?

- А. Процесс выбора средств, места, времени, размера и частоты рекламы.
- Б. Деятельность по сбору, обработки и передачи информации в СМИ.
- В. Вид деятельности, направленный на повышение эффективности рекламы в СМИ.
- Г. Систематический способ сбора данных о поведении, взглядах и мнениях людей

4. Найдите соответствие:

1. Адресант	А	Получатель информации, реципиент
2. Адресат	Б	Система мгновенного получения рейтинга телевизионной передачи на основе данных с установленных в домашних телевизорах электронных устройств
3. Апертура	В	Отправитель информации
4. Арбитрон	Г	Идеальный момент для предоставления потребителям рекламного обращения

5. Укажите правильную последовательность: тактическое медиапланирование (1-3года.)

- А. Оптимизация бюджета для работы со СМИ
- Б. Оценка и отбор средств массовой информации
- В. Определение оптимальных значений показателей эффективности
- Г. Постановка рекламных целей

6. Дополните фразу. Методика исследования превосходства и оценки преимущества партнеров и конкурентов в целях повышения эффективности деятельности собственной организации – это _____

7. Дополните фразу. Рекламный текст, исполняемый под музыку – это _____

8. Ситуационная задача

Вам нужно сделать наружную рекламу на тему продажи антикварной посуды и разместить ее на билборде. Какой образ и текст более всего подойдет для нее?

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Язык современной рекламы»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-4.1: понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;
Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
УК-4.3: применяет методику составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств
Знать: основы составления суждения в межличностном деловом общении
Уметь: составлять суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках.
Владеть: навыками применения адекватных языковых форм и средств
ОПК-1.1: понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основы составления медиапродуктов
Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов
Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике
ОПК-1.2: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.3.: осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах.

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-4.1: понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;
Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках

Вариант 1

Выполните задания, выбрав один или несколько вариантов ответа

Учитывая логико-синтаксические средства связи в тексте и правило тематических чередований компонентов текста, определите, какое из предложений – (а) или (б) – может быть продолжением данных высказываний.

1. Под толщей вод океана скрыты огромные запасы полезных ископаемых. Они залегают на самом дне или глубоко в недрах.

а) Наиболее доступные месторождения уже разрабатываются.

б) Уже разрабатываются наиболее доступные месторождения.

2. Систему научных представлений, ставшую в определенный период господствующей в науке, называют парадигмой.

а) Когда существующая парадигма устаревает, совершается научная революция, которая ломает старую парадигму и строит новую. Затем история повторяется.

б) Научная революция совершается, когда существующая парадигма устаревает и вытесняется новой. Затем история повторяется.

3. Механизм есть система тел, предназначенная для преобразования движения одного или нескольких твёрдых тел в требуемые движения других твёрдых тел. Например, колесо автомобиля состоит из нескольких деталей, но они соединены между собой так, что их взаимное расположение не меняется при движении автомобиля.

а) Звеном механизма называется совокупность деталей, которая рассматривается как одно твёрдое тело.

б) Эта совокупность деталей рассматривается как одно твёрдое тело – звено механизма.

4. Мусковит – минерал из группы водных алюмосиликатов. Тонкие листочки мусковита бесцветны. В крупных кристаллах цвет мусковита белый, серебристый, светло-бурый, красновато- или зеленовато-бурый, т.е. неравномерный.

а) Равномерность окраски нарушается в связи с включением мельчайших зёрен или кристаллов других минералов.

б) Включение мельчайших зёрен или кристаллов других минералов нарушает равномерность окраски мусковита.

2. Отметьте предложения с речевыми ошибками.

5) Артист был удостоен высокой наградой.

6) Она прошла мимо, не удостоив меня даже взглядом.

7) Все, даже лучшая подруга, отвернулись от меня в трудную минуту.

8) Старики снисходительны до шалостей детей.

3 Отметьте слово с ударением на третьем слоге.

А) ПРЕ-МИ-РО-ВАТЬ

В) ХО-ДА-ТАЙ-СТВО-ВАТЬ

Б) ИН-ДУСТ-РИ-Я

Г) ЗА-КУ-ПО-РИТЬ

4. Отметьте словосочетания с ошибкой в определении рода существительного.

А) моют шампунью

В) вкусный студень

Б) полученная бандероль

Г) новая тюль

5. Отметьте словосочетания с ошибкой в образовании формы Р. п. от существительных мн. числа.

А) десять гектар

В) пара ботинок

Б) жилище якутов

Г) забрал из ясель

Вариант II

Задание 1. Учитывая логико-синтаксические средства связи в тексте и правило тематико-рематических чередований компонентов текста, определите, какое из предложений – (а) или (б) – может быть продолжением данных высказываний.

1. Основа хорошей памяти – установление прочных ассоциаций. В памяти человека соединяются явления и предметы, связанные в действительности.

а) встретившись с одним из этих предметов, мы можем по ассоциации вспомнить другой, связанный с ним.

б) Мы можем по ассоциации вспомнить другой, связанный с ним.

2) Запомнить что-то – значит связать запоминание с уже известным, образовать ассоциацию. Бывают простые ассоциации: по смежности, по сходству, по контрасту. Кроме этих видов, существуют сложные ассоциации – смысловые.

а) Постоянно связанные явления соединяются в них воедино.

б) В них соединяются два явления, которые в действительности постоянно связаны: часть и целое, род и вид, причина и следствие.

3) Лучше всего люди запоминают то, что связано с их житейскими заботами, профессиональными интересами. Одни факты задерживаются в нашем сознании силой других хорошо известных нам фактов.

а) Механическое же повторение, зубрёжка – самый неэффективный способ запоминания.

б) Зубрёжка, как механическое повторение – самый неэффективный способ запоминания.

4) Деятельность Сократа в эпоху расцвета афинской демократии была обусловлена огромным интересом к человеку, к человеческой личности. Этот период в истории Древней Греции характеризуется расцветом наук, искусств, философии и в целом свободомыслием как явлением духовной культуры.

а) Этот период в истории Древней Греции характеризуется расцветом наук, искусств, философии и в целом свободомыслием как явлением духовной культуры.

б) Расцвет наук, искусств, философии и в целом свободомыслия связывают с этим периодом.

Задание 2. Отметьте предложения с речевыми ошибками.

1) Николай выбрал самый кратчайший путь к дому.

2) В этом зале музея представлены изделия народных умельцев.

3) На будущий день началось обсуждение текущих дел.

4) Маяковский стоял у источников новой поэзии.

Задание 3 Отметьте слово с ударением на втором слоге.

А) ЗВО-НИТ

В) КА-ТА-ЛОГ

Б) КУ-ХОН-НЫЙ

Г) АЛ-ФА-ВИТ

Задание 4. Отметьте словосочетания с ошибкой в определении рода существительного.

А) жареный картофель

В) чёрное кофе

Б) густой вуаль

Г) компетентное жюри

Задание 5. Отметьте словосочетания с ошибкой в образовании формы Р. п. от существительных мн. числа.

А) нашествие варваров

В) оружие осетинов

Б) пара резиновых сапогов

Г) отряд солдат

УК-4.2: применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности

Вариант 1

Выполните задания, выбрав один или несколько вариантов ответа

Учитывая логико-синтаксические средства связи в тексте и правило тематических чередований компонентов текста, определите, какое из предложений – (а) или (б) – может быть продолжением данных высказываний.

1. Линза (в оптике) – прозрачное тело, ограниченное выпуклыми или вогнутыми поверхностями и преобразующее форму светового пучка. Пучок света, пройдя через собирающую линзу, пересекается в одной точке.

а) Однако тот же пучок лучей при выходе из рассеивающей линзы оказывается расходящимся.

б) А при выходе из рассеивающей линзы тот же пучок лучей оказывается расходящимся.

2. Алюминий отличается прекрасными технологическими качествами и является самым дешёвым из цветных металлов. Его запасы практически неисчерпаемы.

а) В транспортном машиностроении, химической промышленности, электротехнике, судостроении, авиации широко используются лёгкие сплавы из алюминия.

б) Лёгкие сплавы из алюминия широко используются в транспортном машиностроении, химической промышленности, электротехнике, судостроении, авиации.

3. Орфография (от греч. orthos – прямой, правильный, grapho – пишу) – система правил написания слов, научно обоснованных и утвержденных государством. Назначение орфографии – точная передача содержания речи, выражение тех или иных мыслей.

а) Благодаря орфографии люди, говорящие на одном языке, но принадлежащие к различным национальностям или диалектным группам, имеют возможность пользоваться одинаковыми, единообразными правилами письма.

б) люди, говорящие на одном языке, но принадлежащие к различным национальностям или диалектным группам, имеют возможность пользоваться одинаковыми, единообразными правилами письма благодаря орфографии.

4) В уникальной книге известных английских психологов Николы Рамси и Дианы Харкорт изложены ключевые вопросы современной психологии внешности.

а) Подробное и всестороннее рассмотрение психологических проблем, связанных с внешностью, а также описание эффективных способов их решения отличает данную книгу от других.

б) Книгу отличает подробное и всестороннее рассмотрение психологических проблем, связанных с внешностью, а также описание эффективных способов их решения.

Отметьте предложения с речевыми ошибками.

5) Море глаз устремились на знаменитого актёра.

6) Между ними произошёл далеко не приятный разговор.

7) Все вздрогнули от резкого звука, а он и глазом не моргнул.

8) Не без труда удалось нам решить эти трудные проблемы.

Отметьте предложения с ошибками в употреблении причастных и деепричастных оборотов.

А) Наклонясь над рекой, у девушки упала в воду косынка.

Б) Будучи проездом в провинциальном городе, известного профессора пригласили посетить местный университет.

В) В комнате был камин, в котором давно не разжигали огонь и служивший жильцам полкой.

Г) Проснувшись от холода, я увидел, что было уже семь часов.

Вариант II

1. Выполните задания, выбрав один или несколько вариантов ответа

Учитывая логико-синтаксические средства связи в тексте и правило тематико-рематических чередований компонентов текста, определите, какое из предложений – (а) или (б) – может быть продолжением данных высказываний.

1. Прошли те времена, когда человек не мыслил себя вне родового коллектива и осознавал себя как частицу матери-природы. С именем Сократа связан антропологический переворот в античной философии.

а) Именно он сделал стремление к самопознанию («Познай самого себя») основной частью своего учения, формулой нравственного самосовершенствования, правильного выбора ценностей.

б) Стремление к самопознанию явилось основной частью его учения.

2. Научная речь оказывает огромное благотворное влияние на развитие литературного языка в целом.

а) Огромное благотворное влияние на развитие литературного языка в целом оказывает научная речь.

б) На развитие литературного языка в целом научная речь оказывает огромное благотворное влияние.

3. Академик К.И. Скрябин своё видение проблем научного творчества изложил в обращении к начинающим исследователям «Качества истинного учёного».

а) В обращении к начинающим исследователям «Качества истинного учёного» академик К.И. Скрябин изложил своё видение проблем научного творчества.

б) Своё видение проблем научного творчества в известном обращении к начинающим исследователям «Качества истинного учёного» изложил академик К.И. Скрябин.

4. М.В. Ломоносов во второй половине XVIII века разработал русскую научно-техническую терминологию.

а) Русскую научно-техническую терминологию разработал во второй половине XVIII века М.В. Ломоносов.

в) Русская научно-техническая терминология была разработана М.В. Ломоносовым во второй половине XVIII века.

Отметьте предложения с речевыми ошибками

5) Светильник подвешен над диваном и очень красивый.

6) Мы дети не только своего времени, но и своей страны.

7) Старик не ответил, что он будет делать с кладом.

8) Студент спросил на экзамене, что может ли он взять дополнительное время на подготовку.

Отметьте предложения с ошибками в употреблении причастных и деепричастных оборотов.

А) Владельцы земельных участков вносят в казну города земельный налог, устанавливающий в соответствии с законодательством.

- Б) Офицер вернулся в избу и, позвав кучера, велел ему выезжать.
 В) В зале не раз вспыхивали долго не смолкающие аплодисменты.
 Г) Однажды, выезжая со стадиона, нашу машину остановили.

УК-4.3: применяет методику составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств
Знать: основы составления суждения в межличностном деловом общении
Уметь: составлять суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках.
Владеть: навыками применения адекватных языковых форм и средств

1. Сравните столбцы в таблице и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Термин	Определение
1. Взаимная коммуникация -	специфическая форма контактов между людьми, имеющими полномочия от своих организаций, в ходе которых происходит обмен мнениями и целенаправленное обсуждение конкретной проблемы с целью поиска взаимовыгодного варианта решения
2. Деловая беседа -	постоянный обмен ролями между адресатом и адресантом в процессе коммуникации
3. Дискуссия -	процесс, в котором вырабатываются позиции сторон
4. Взаимоприемлемые переговоры -	обсуждение какого-либо спорного вопроса или исследование проблемы, в котором каждая сторона оппонировывает мнение собеседника, аргументирует свою позицию и претендует на достижение цели

Укажите верное написание выделенного слова и его объяснение. Андрей пригласил товарища, что(бы) подробнее расспросить его о поездке за границу.

2. а) чтобы – всегда пишется слитно;
 б) чтобы – здесь это подчинительный союз;
 в) что бы – всегда пишется раздельно;
 г) что бы – здесь это местоимение с частицей бы.
3. В каком предложении оба выделенных слова пишутся слитно?
 а) Полученный результат (не)надо делить (на)два.
 б) Из(за) (не)умения разбираться в людях многие набивают себе шишки.
 в) Где(то) раскинулась (не)большая долина.
 г) (В)виду ремонта пути (не)которые поезда отменены.
4. В каком ряду во всех словах на месте пропуска пишется буква е?
 а) К распутивш..йся сирен.., об улыбающ..мся сынишк..;
 б) на предыдущ..м конкурс.., в осыпающ..йся хво..;
 в) на цветущ..й вишн....., о дальнейш..м намерени..;
 г) последн..й встреч..й, с развешивающ..мся знамен..м.
5. В каком ряду во всех словах на месте пропуска пишется ь?
 а) Бросить клич.., утеш..ся малым;
 б) не реж..те мелко, серебряная брош..ка;
 в) ударить наотмаш.., намаж.. масло на хлеб;

г) быстро постричься, суп горячий.

Вариант II

Сравните столбцы в таблице и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Термин	Определение
1. Деловой этикет -	совокупность всех этикетных речевых средств и правила их использования в тех или иных ситуациях
2. Светский этикет -	искусство красноречия
3. Деловая этика -	фразеологизированные предложения, являющиеся готовыми языковыми средствами
4. Речевая этика -	знания приличий, умение держать себя в обществе
5. Этикетная формула -	совокупность норм поведения предпринимателя
6. Риторика -	установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов

7. Какой ряд состоит из слов, в которых пропущенные безударные гласные в корне можно проверить ударением?

- а) Опт..мизм, г..рящий, разв..вающийся (флаг);
- б) г..ристый (холм), ч..стоплотный, интелл..ктуальный;
- в) неприк..сновенный, исс..кать, препод..ватель;
- г) посв..тить (фонарем), преод..левающий, водор..сли.

8. В каком ряду во всех словах пропущена одна и та же буква?

- а) Чере..чур, чре..мерно, и..подтишка;
- б) пр..чудливый, непр..рекаемый, пр..обретенный;
- в) под..грать, пред..стория, без..нициативный;
- г) пред..стеречь, поз..вчера, нед..варить.

ОПК-1.1: понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основы составления медиапродуктов
Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов
Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике

Вариант I

Выберите правильный вариант ответа

1. Процесс углубления культурного взаимодействия и взаимовлияния между государствами, национально-культурными группами и историко-культурными областями при образовании некоего единого культурного пространства - это

- а) культурная интеграция;
- б) аккультурация;
- в) ассимиляция;
- г) коммуникация.

2 Общение – это форма взаимодействия:

- а) между субъектом и объектом;
- б) между субъектом и техникой;
- в) между субъектом и субъектом;
- г) между субъектом и природой.

3. Процесс обоюдного заимствования моделей поведения и ценностных установок культур в процессе их коммуникации друг с другом - это

- а) культурная интеграция;
- б) аккультурация;
- в) ассимиляция;
- г) коммуникация.

4. Процесс, в результате которого представители одной культурной общности переживают и усваивают культуру иного культурного образования. Как правило, это политика насильственного подавления господствующей этнокультурной группой самобытности менее малочисленной или политически бесправной культурной группы - это

- а) культурная интеграция;
- б) аккультурация;
- в) ассимиляция;
- г) коммуникация.

Определите, каким требованиям к качествам деловой речи (правильность, точность, уместность, ясность, богатство и др.) не соответствуют следующие высказывания депутатов. Исправьте речевые недочеты.

- 5. Раскрутка реформ за последние три месяца затронула жизненно важные интересы всех россиян.
- 6. В нашей стране резко снизилось душевное потребление мяса.
- 7. Некоторые депутаты, позабыв про регламент, демонстрационно покинули зал.
- 8. Мы должны использовать всевозможные возможности для улучшения благосостояния и зажиточности людей.

Вариант II**Выберите правильный вариант ответа****1. Процесс вхождения индивида в общество, овладение им социокультурным наследием называется:**

- а) инкультурация;
- б) интеграция;
- в) инициация;
- г) идентификация.

2. Правила поведения в культуре:

- а) наследуются;
- б) автоматически входят в личность;
- в) развиваются в бессознательном;
- г) усваиваются в процессе обучения.

3. Число "4" считается счастливым в Японии.

- а) да;
- б) нет.

4. Инкультурация – это процесс:

- а) неосознанного переноса собственного психического мира на другого человека;
- б) усвоения человеком в форме коммуникации норм и ценностей культуры;
- в) усвоения знаний, умений, навыков;

г) подавления человеком собственных этнических стереотипов.

Определите, каким требованиям к качествам деловой речи (правильность, точность, уместность, ясность, богатство и др.) не соответствуют следующие высказывания депутатов. Исправьте речевые недочеты.

5. Мы сегодня женщину рассматриваем только как рабочую силу, забыли, что она предназначена для воспроизводства нового поколения.

6. В моей телеграмме заложены чаяния моих избирателей, на волне которых я стою на этой трибуне.

7. Обождите, товарищи, еще одно выступление, и я закругляю.

8. Сегодня такой раскардаш идет в стране, что сердце замирает от тревоги.

ОПК-1.2: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Вариант I

Выберите один правильный ответ

Искусство и наука достижения гармонии посредством взаимоотношения, основанного на правде и полной информированности называется связи с общественностью?

- а) Да
- б) Нет

Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью

- 1. Кодекс ИПРА (IPRA);
- 2. Кодекс этики государственных служащих;
- 3. Трудовой кодекс;
- 4. Гражданский кодекс;
- 5. Административный кодекс.

Какие аспекты PR деятельности отражает «Кодекс профессиональной этики Российских журналистов»?

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

Что не может регулироваться нормами права в PR сфере?

- 1. субъекты информационного воздействия;
- 2. результаты PR акций;
- 3. формы коммуникаций;
- 4. средства передачи информации.

В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?

- 1. существуют в виде кодексов профессионального поведения;
- 2. существуют в виде государственных стандартов качества;

3. существуют в виде законодательно установленных правил.

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

1. планирование PR кампании;
2. анализ целевой аудитории;
3. определение PR проблемы;
4. анализ эффективности результатов PR кампании.

PR-кампания-это:

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

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

1. внешней целевой аудиторией;
2. внутренней целевой аудиторией;
3. ключевой аудиторией;
4. корпоративной аудиторией.

Вариант II

Выберите один правильный ответ

Связи с общественностью основываются на следующих принципах:

- открытость социальной информации;
- взаимная выгода субъекта управления и общественности;
- опора на общественное мнение.

Политическое распространение сообщений через СМИ с целью информирования и оказания воздействия на оценки, мнения и поведение людей – это...

4. общественное мнение;
5. коммуникация;
6. массовая коммуникация.

Коммуникация - это обмен информацией между:

4. людьми;
5. организациями;
6. людьми и организациями.

Какую форму приобретает маркетинг при многоплановом взаимодействии фирмы с общественностью?

4. социально-экономическую;
5. социально-этическую;
6. социально-психологическую.

Цель службы PR – добиться чтобы...

4. каждый специалист ощущал себя частью команды;
5. подчиненные понимали руководителя;
6. общественность воспринимала организацию как самодостаточную.

Назовите сферы, где PR и маркетинг особенно тесно связаны между собой?

4. паблсити товара;
5. PR – реклама;
6. участие в выставках.

При каких обстоятельствах более эффективной будет PR - реклама?

4. слияние и распад компании;
5. карьерный рост;
6. достойный, но сложный продукт.

- а) Да б) Нет

«План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет» являются составной частью:

1. анализа PR проблемы;
2. плана PR кампании;
3. анализа целевых аудиторий;
4. определения рейтинга.

ОПК-1.3.: осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) ме-диапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах.

Вариант I

Имиджмейкинг – это:

- а) искусство грамотного взаимодействия со СМИ;
- б) сообщение фактов сопровождающихся их анализом и обобщением;
- в) создание производства;
- г) оригинальные начертания рекламодателя;
- д) состояние массового сознания.

Общественное мнение – это:

- а) состояние массового сознания;
- б) средства массовой информации;
- в) публичное предоставление различными средствами;
- г) сообщение фактов, сопровождающееся их анализом;
- д) передача обращения от источника информации к получателю.

Верны ли определения:

1. сюминутный интерес – это интерес к чему-либо в данный момент времени
2. сюминутный интерес – это общечеловеческие интересы, касающиеся общих

вопросов жизни общества

- а) только 1
- б) только 2
- в) оба верны
- г) нет верного ответа

Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:

- а)аформирование имиджа;
- б) изучение общественного мнения;
- в) анализ экономической деятельности предприятия;
- г) исследование отношений в организации.

Какая модель информационной политики не существует:

- а) тоталитарная;
- б)релятивистская;
- в) дисциплинарная;
- г) диалоговая.

Какое из средств массовой информации является самым массовым:

- а) радио;
- б) телевидение;
- в) пресса.

Определите правильную последовательность этапов PR кампании:

- а) планирование PR кампании - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании;
- б) планирование PR кампании - анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании;
- в) определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании;
- г) анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании.

Согласны ли Вы с тем, что "Общественным мнением легко манипулировать":

- а) Нет, не согласен;
- б) Да, согласен;
- в) Нельзя сказать ни да, ни нет, так как научно это еще не доказано;
- г) В тесте нет правильного ответа.

Вариант II**Задачами связей с общественностью являются**

- а) укрепление авторитета менеджмента;
- б) создание благоприятных условий;
- в) расширение числа сторонников той или иной программы;
- г) мобилизация групп общественности;
- д) все вышеперечисленное.

Фирменный стиль – это:

- а) коммерческое мероприятие с одновременным рекламированием своего продукта;
- б) короткий игровой сюжет;
- в) предварительный набросок;
- д) вид печатной рекламы.

Верны ли определения:

1. примитивное общение – это общение, при котором оценивают объект с точки зрения пользы или отсутствия таковой

2. примитивное общение – это общение, при котором определены социальные роли – «учитель – школьник»

- а) только 2
- б) только 1
- в) оба верны
- г) нет верного ответа

Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?

- а) формирование общенациональных ценностей;
- б) модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры;
- в) удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения;
- г) создание новых рабочих мест.

Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции? определение проблемы

- а) планирование программы;
- б) оценка программы;
- в) интерпретация общественного мнения;
- г) осуществление коммуникаций.

PR – это:

а) оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга;

б) формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность;

в) особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью;

г) деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации.

Какая из перечисленных задач относится к одной из самых важных задач PR специалистов?

а) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по скорейшей организации процедуры банкротства предприятия;

б) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по предотвращению проблемы, до того, как она перерастет в настоящий кризис;

в) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по сокращению издержек производства;

г) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по своевременному регулированию численности персонала компании.

Можно ли изменить общественное мнение, действуя на подсознательном уровне?

а) Можно обычным принуждением;

б) Можно технологиями нейро-лингвистического программирования;

в) Можно обычным убеждением;

г) Нельзя.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Основы российской государственности»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1: Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
Уметь: осуществлять межкультурную коммуникации
Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов исторического развития
Показатель оценивания: основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
УК-5.2: Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Показатель оценивания: коммуникация в мире культурного многообразия и взаимопонимания между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Показатель оценивания: философские и исторические факты, социокультурные явления

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-

языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-5.1: Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
Уметь: осуществлять межкультурную коммуникации
Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов исторического развития
Показатель оценивания: основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Конституция РФ была принята:

- А. 7 ноября 1917 г.;
- Б. 12 декабря 1993 г.;
- В. 17 декабря 2001 г.;
- Г. 31 октября 1990 г.

2. Государство-цивилизация - это:

- А. Исторически устойчивое и культурно преемственное сообщество, выработавшее собственную ценностную модель и обладающее значительным социально-политическим влиянием на мировую политику.;
- Б. Определенная стадия развития человеческого общества, которая отражает достижение некоторого уровня социальности;
- В. Ступень общественного развития и материальной культуры, характерная для той или иной общественно-политической формации;
- Г. Совокупность общественно-политических норм и установлений, достигнутых в результате многовекового развития человечества.

3. Автором большого историософского сочинения «Закат Европы», первый том которого вышел из печати в 1918 году, является:

- А. Арнольд Тойнби;
- Б. Сэмюэл Хантингтон;
- В. Освальд Шпенглер;
- Г. Николай Данилевский.

4. Найдите соответствие:

1. Управленческое решение		А	официальный документ, принятый (изданный) в определенной форме правотворческим органом в пределах его компетенции и направленный на установление, изменение и отмену правовых норм.
2. Нормативно-правовой акт		Б	определённая форма юридической деятельности, направленная на создание, дополнение и отмену различных видов норм (правил, стандартов поведения), действующих в обществе.
3. Государство		В	важнейший вид управленческого труда, а также совокупность взаимосвязанных, целенаправленных и логически последовательных управленческих действий, которые обеспечивают реализацию управленческих задач
4. Нормотворчество		Г	политическая форма устройства общества на определённой территории, суверенная форма публичной власти, обладающая аппаратом управления и принуждения, которому подчиняется всё население страны.

5. Укажите правильную последовательность:

Законодательный процесс – это порядок деятельности по организации и принятию закона или иного нормативного акта. Можно выделить последовательные стадии этого процесса:

- А. анализ законопроекта в парламентских палатах и комитетах;
- Б. законодательная инициатива;
- В. опубликование закона;
- Г. принятие закона и утверждение закона.

6. Роль Ивана III в истории России.

7. Правление князя Дмитрия Донского и его свершения.

8. Заслуги князя Александра Невского и их значение в истории Руси.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Ценностные принципы (константы) российской цивилизации и российского общества - это:

- А. Единство многообразия, сила и ответственность, любовь и доверие, созидание и развитие;
- Б. Человек, семья, общество, страна, государство;
- В. Достоинство, созидание, сотрудничество, взаимопомощь;
- Г. Единство многообразия, сила и ответственность, согласие и сотрудничество, любовь и доверие, созидание и развитие.

2. Государственными символами России являются:

- А. Национальный язык, культура, территория;
- Б. Флаг, герб, гимн;
- В. Флаг, герб, язык;
- Г. Конституция РФ, суверенитет, национальная безопасность.

3. К элементам формы государства не относится:

- А. Политический режим;
- Б. Функция государства;

- В. Форма правления;
Г. Форма государственного устройства.

4. Найдите соответствие:

1. Функции государственного управления		А	порядок образования и способ организации высших органов власти.
2. Федеральный закон		Б	это деятельность государственного аппарата по оказанию влияния на общественные процессы для достижения поставленных перед государством целей.
3. Государственное администрирование		В	Нормативный правовой акт высшей юридической силы по отношению к иным актам, содержащий первичные нормы права, принятый в установленном порядке ФС РФ либо путем всенародного голосования.
4. Форма правления		Г	Практическая деятельность государственных органов, технологический процесс подготовки, принятия и исполнения управленческих решений в совокупности методов и средств, с помощью которых решаются задачи государства и его структур различного уровня, осуществляется прямое и специализированное воздействие органов управления на подведомственные им органы и объекты на основе административной ответственности за выполнение решений;

5. Укажите правильную последовательность:

Этапы процесса принятия решений:

- А. Предварительная постановка цели
Б. Выявление управленческой проблемы или задачи.
В. Анализ информации
Г. Сбор необходимой информации.

6. Дополните фразу. Основоположник отечественной педагогики К.Д. Ушинский.
7. Дополните фразу. Исторический вклад Петра I в развитие Российской империи.
8. Великий российский полководец Александр Васильевич Суворов и его след в военной истории России.

УК-5.2: Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Показатель оценивания: коммуникация в мире культурного многообразия и взаимопонимания между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. К признакам государства относятся:

- А. Территория, суверенитет, публичная политическая власть, идентичность;

- Б. Население, религия;
 - В. Государственная власть, политический режим;
 - Г. Монополия на легальное применение силы, монополия на установление и взимание налогов, международное признание.
- 2. Суверенность - это:**
- А. Разграничение полномочий между Российской Федерацией и ее субъектами;
 - Б. Закрепление прерогативы по осуществлению внешнеполитической деятельности за федеральными органами государственной власти;
 - В. Самостоятельное определение вектора общественного развития, уважение к государственной независимости, поддерживающей единство общества и правопорядок, основанный на законности;
 - Г. Представление об обязательном характере избираемости, публичности и подотчетности органов государственной власти народу.
- 3. «Любой гражданин России имеет гарантированную государством свободу совести и свободу вероисповедания, включая право исповедовать индивидуально или совместно с другими любую религию или не исповедовать никакой, свободно выбирать, иметь и распространять религиозные и иные убеждения и действовать в соответствии с ними». Данная характеристика относится к:**
- А. Суверенному государству;
 - Б. Светскому государству;
 - В. Правовому государству;
 - Г. Социальному государству.
- 4. Русский адмирал Ф.Ф. Ушаков и его победы.**
- 5. Генерал-фельдмаршал М.И. Кутузов и Отечественная война 1812 г.**
- 6. Маршал Победы Георгий Константинович Жуков.**
- 7. Русский землепроходец Семен Дежнев и его открытия.**
- 8. Научное наследие великого русского исследователя и путешественника Н.Н. Миклухо-Маклая.**

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. К общим принципам государственного аппарата в России относятся:**
- А. Принцип правосудия;
 - Б. Принцип народовластия, принцип разделения властей;
 - В. Гласность, законность;
 - Г. Принцип использования природных ресурсов.
- 2. Структурно обособленные и юридически оформленные части государственного аппарата, обладающие самостоятельностью для выполнения возложенных на них государственных функций – это:**
- А. Государственные органы;
 - Б. Правоохранительные органы;
 - В. Конституционные органы;
 - Г. Контрольно-надзорные органы.
- 3. К публичным структурам государства относятся:**

- А. Армия, полиция, пограничные войска;
 - Б. Системы электронной связи, транспортные системы;
 - В. Государственные корпорации, сочетающие функции самостоятельных хозяйствующих субъектов и государственного регулирования;
 - Г. Всё вышеперечисленное верно.
4. Достижения великого ученого М.В. Ломоносова и его вклад в области науки и искусства.
 5. Проблемы модернизации политико-административной системы в Украине.
 6. Советская система государственного и муниципального управления.
 7. Демократизация, децентрализация, переход от парламентской к президентской парламентской форме правления как основные направления развития российской системы государственного и муниципального управления в 90-е гг. XX века.
 8. Какие вы знаете функции государства и государственного управления? Классификация функций государства и государственного управления.

УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Показатель оценивания: философские и исторические факты, социокультурные явления

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. закрепил основные направления национальных программ в Российской Федерации, к которым относятся:
 - А. Физическая культура;
 - Б. Туризм;
 - В. Демография, здравоохранение, образование;
 - Г. Жилье и городская среда.
2. Патриотизм можно определить как:
 - А. Готовность защищать, сохранять и преумножать достижения соотечественников;
 - Б. Духовно-политический феномен, объединяющий многонациональный российский народ вокруг идеи общего дела по развитию своей страны и общей культуры;
 - В. Значимое чувство принадлежности и привязанности к истории России, ее передаваемых из поколения в поколение ценностям и культуре, готовность защищать, сохранять и преумножать достижения соотечественников, представление о неразрывной связи личностного развития и преуспевания всего российского общества;
 - Г. Представление о значимости сохранения и поддержания культурноценностной солидарности российского общества, особого характера ее духовного развития и добродетельного признания.
3. К вопросам местного значения относятся:
 - А. Создание муниципальных предприятий и учреждений и осуществление их финан-

- сового обеспечения;
- Б. Государственная безопасность, правопорядок, национальное единство;
 - В. Подготовка, материально-техническое обеспечение и проведение местных выборов и референдумов;
 - Г. Федеральный бюджет, торговля и международные экономические отношения.
4. Охарактеризуйте понятие «система государственного управления» и характеристики ее основных подсистем.
 5. Назовите особенности функционирования системы государственного управления.
 6. Перечислите принципы организации государственной власти в современном демократическом обществе.
 7. Глобализация и децентрализация в государственном управлении. «Public administration» в США и странах Западной Европы.
 8. Зарубежные доктрины и реформы административного управления: от функциональной бюрократии к государственному менеджменту.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Осуществляет государственное управление и регулирование, обеспечивает права и интересы граждан, оперативно решает государственные дела, исполняет законы:**
 - А. Судебная власть;
 - Б. Законодательная власть;
 - В. Исполнительная власть;
 - Г. Всё вышеперечисленное верно.
 2. **Глобализация - это:**
 - А. Мировой исторический процесс возвращения к исходному состоянию на новом витке развития;
 - Б. Процесс сокращения взаимосвязанности человеческих сообществ на базе консервативной идеологии и распространения трансграничных коммуникаций;
 - В. Основные тенденции происходящих изменений, задающих общую логику трансформаций;
 - Г. Процесс расширения взаимосвязанности и взаимовлияния человеческих сообществ на базе либеральной идеологии и распространения трансграничных коммуникаций.
 3. **Кто возглавляет исполнительную власть в Российской Федерации:**
 - А. Председатель Государственной Думы Федерального Собрания РФ;
 - Б. Президент РФ;
 - В. Председатель Правительства РФ;
 - Г. Министр финансов.
 4. **Условия государственного воздействия на общественные процессы, институты. Ограничения государственного управления в условиях демократии.**
 5. **Эволюция понятия государства**
 6. **Теория элит в работах В. Парето, Р. Михельса и др.**
 7. **Джон Локк как родоначальник либерализма.**
 8. **Т. Гоббс и его система государственной власти.**
-

Вопросы к зачету

1. Современная Россия: ключевые социально-экономические параметры..
2. Российский федерализм.
3. Цивилизационный подход в социальных науках.
4. Общая структура государственного и муниципального управления в Российской Федерации.
5. Государство-нация и государство-цивилизация: общее и особенное.
6. Государство, власть, легитимность: понятия и определения.
7. Ценностные принципы российской цивилизации: подходы и идеи.
8. Исторические особенности формирования российской цивилизации.
9. Понятие, правовой статус органов государственной власти.
10. Конституционно-правовой статус главы государства.
11. Роль и миссия России в представлении отечественных мыслителей (П. Я. Чаадаев, Н. Я. Данилевский, В. Л. Цымбурский).
12. Мировоззрение как феномен.
13. Современные теории идентичности.
14. Системная модель мировоззрения («человек — семья — общество — государство — страна»).
15. Основы конституционного строя России.
16. Основные ветви и уровни публичной власти в современной России.
17. Традиционные духовно-нравственные ценности.
18. Основы российской внешней политики (на материалах Концепции внешней политики и Стратегии национальной безопасности).
19. Полномочия и деятельность Президента РФ. Роль Президента РФ в управлении государством.
20. Россия и глобальные вызовы.
21. Стратегическое развитие России: возможности и сценарии.
22. Патриотизм и традиционные ценности как сюжеты государственной политики.
23. Государственная политика в области политической социализации: ключевые проблемы и возможные решения.
24. Российская цивилизация – источник богатейшей самобытной культуры.
25. Влияние географического пространства, природных и климатических условий на формирование российской государственной идентичности.
26. Миссия России в мировой истории.
27. Глобализация и глобализм.
28. Взаимодействие цивилизаций в условиях глобализации.
29. Миграция как фактор цивилизационной динамики.
30. Российская цивилизация перед вызовами XXI века.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Экономика»***



1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.1	Демонстрирует знания основных законов и закономерностей функционирования экономики; основ социально-экономического анализа, необходимых для решения профессиональных задач
Знать: основные законы и закономерностей функционирования экономики	
Уметь: анализировать экономические процессы и явления	
Владеть: методами социально-экономического анализа, необходимыми для решения профессиональных задач	
Показатель оценивания: теоретический количественный и качественный анализ экономической системы и экономической ситуации	
Показатель оценивания: теоретический количественный и качественный анализ экономической системы и экономической ситуации	
УК-9.2	Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности
Знать: базовые экономические понятия и категории в сфере профессиональной деятельности, порядок ее	
Уметь: систематизировать и обобщать информацию с целью оптимального выбора формы и вида профессиональной деятельности.	
Владеть: практическими навыками экономического обоснования в решении профессиональных задач	
Показатель оценивания: теоретический количественный и качественный анализ экономической системы и экономической ситуации	
УК-9.3	Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач
Знать: основные приемы и технологии экономических наук	
Уметь: использовать приемы и технологии экономических наук	
Владеть: навыками использования методов экономических наук при решении профессиональных задач	
Показатель оценивания: теоретический количественный и качественный анализ экономической системы и экономической ситуации	
ОПК-5.1.	Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа- коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью; основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций основные технологии в сфере рекламы; основные технологии в сфере связей с общественностью; основные этапы разработки и организации специального события как как технологии интегрированных коммуникаций; специфику социальной рекламы; историю рекламы и связей с общественностью.	
Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; грамотно сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; проводить СВОТ анализ	
Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами.	
Показатель оценивания: теоретический количественный и качественный анализ экономической системы и экономической ситуации	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

5.1	Знать: • маржинальный анализ, находить оптимальную рыночную цену. • Факторы, определяющие макроэкономическую стабильность
5.2	Уметь: • применять на практике концепцию альтернативной стоимости. • Определять тип рыночной структуры на региональном или муниципальном уровне
5.3	Владеть: • понимание принципов работы экономической системы; • владение навыками микроэкономического прогнозирования • аппаратом анализа априори и апостериори

Структура оценочных материалов

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.1	Демонстрирует знания основных законов и закономерностей функционирования экономики; основ социально-экономического анализа, необходимых для решения профессиональных задач
Знать: основные законы и закономерностей функционирования экономики	

Уметь: анализировать экономические процессы и явления
Владеть: методами социально-экономического анализа, необходимыми для решения профессиональных задач
Показатель оценивания: теоретический количественный и качественный анализ экономической системы и экономической ситуации

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1.

В рыночной экономике выбор потребителя:

- а) служит ориентиром для производителей;
- б) влияет на распределение ресурсов;
- в) влияет на рынки труда
- г) все вышеприведенные ответы верны

2.

Функция предельных издержек пересекает функцию средних совокупных издержек

- А) в точке минимума функции средних совокупных издержек
- Б) в точке минимума функции предельных издержек
- В) в точке максимума функции средних совокупных издержек
- Г) в фокальной точке

3.

Функция средних совокупных издержек лежит

- А) выше функции средних переменных издержек
- Б) выше функции предельных издержек
- В) ниже функции средних переменных издержек
- Г) ниже функции предельных издержек

4. Дайте определение. Макроэкономическая политика - это

5. Решите задачу.

Функция совокупных издержек представлена как $TC(Q) = Q^2 - 5Q + 100$. Определите, пожалуйста, функцию средних совокупных издержек (АТС) и найдите её минимум.

6. Решите задачу

Пусть $MC(q) = 3 + 2q$, $FC = 3$. Если рыночная цена изделия фирмы равна 9, то какую прибыль фирма получит?

7. Решите задачу

На монополизированном рынке спрос представлен функцией $Q = 196 - P$, а функция совокупных затрат монополии имеет вид $TC = Q^2$. Определите максимальную прибыль монополии при продаже всего выпуска по единой цене

8. Рассмотрите ситуацию.

«Евротоннель», компания владеющая туннелем соединяющим Англию и Францию под проливом Ла-Манш, получила операционную прибыль (т.е. прибыль без учета постоянных затрат) в 46 млн. фунтов стерлингов за 2008 год. Однако, если вычесть кредиторскую задолженность компании (вызванную необходимостью платить проценты на займы, взятые под строительство тоннеля), то убыток компании составит 130 млн. фунтов стерлингов за тот же период. Чему были равны убытки в млн. фунтов стерлингов, если бы компания остановила эксплуатацию тоннеля в 2008 году?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1.

Функция валового дохода

- А) всегда растет
- Б) всегда падает
- В) сначала растет, потом падает
- Г) сначала падает, потом растет

2.

Совершенно конкурентная фирма производит 20 000 телефонов в год при средних переменных издержках -1 750 руб. и средних издержках производства в 2 150 руб. При рыночной цене одного телефона - 2 500 руб. фирма получает прибыль равную:

- а) 15 млн. руб.;
- б) 9 млн. руб.;
- в) 7 млн. руб.;
- г) 4,3 млн. руб.

3.

Микроэкономика изучает все нижеследующее, кроме:

- а) общего объема производства предприятия;
- б) увеличения или уменьшения уровня безработицы;
- в) влияния на продажи повышения акцизного налога на бутылку пива;
- г) числа рабочих, занятых в определенной отрасли промышленности.

4. Дайте определение. Микроэкономика -

5. Решите задачу

Артур Тюрго планирует летний отпуск, выделив на него 25 тыс. ливров. Он рассматривает две альтернативы: поехать в Венецию (X), где день отдыха обходится в $P(X)=500$ ливров, а дорога в 10 тыс. ливров, или отдыхать в Лувре (Y) по $P(Y)=1000$ ливров в день. Определите, куда и на какое количество дней Артур Тюрго поедет, если его функция полезности имеет вид $U(X,Y)=3 \cdot X+2 \cdot Y$?

6. Решите задачу

Издержки фирмы по производству часов задаются функцией $TC(q)=100+q^2$. Если цена часов равна 60 и не меняется от изменения объема выпуска фирмы, то какое количество часов необходимо производить, чтобы максимизировать прибыль фирмы?

7. Решите задачу

Спрос на продукцию монополии, максимизирующей прибыль, задан функцией $QD = 13 - P/3$. Фирма установила $P = 25$. Каковы предельные издержки монополиста, если известно, что они не зависят от объема выпуска, т.е. постоянны?

8. Рассмотрите ситуацию.

Международная компания продает права на показ фильмов. Каждый фильм, если вы покупаете не более 9-ти фильмов, обойдется вам в 1 млн. \$. Если же вы покупаете 10 фильмов, то вы платите 7 млн.\$ за все. Какой предельный доход (MR) международной компании от продажи десятого фильма?

УК-9.2

Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности

Знать: базовые экономические понятия и категории в сфере профессиональной деятельности, порядок ее

Уметь: систематизировать и обобщать информацию с целью оптимального выбора формы и вида профессиональной деятельности.
Владеть: практическими навыками экономического обоснования в решении профессиональных задач
Показатель оценивания: теоретический количественный и качественный анализ экономической системы и экономической ситуации

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1.

Для определения оптимального объема производства экономисты используют функции

- А) предельного дохода и предельных издержек
- Б) среднего дохода и средних совокупных издержек
- В) предельного дохода и средних совокупных издержек
- Г) среднего дохода и предельных издержек

2.

При принятии решения о закрытии проекта или его продолжении экономисты используют функции

- А) предельного дохода и предельных издержек
- Б) среднего дохода и средних совокупных издержек
- В) предельного дохода и средних совокупных издержек
- Г) среднего дохода и предельных издержек

3.

Кривые безразличия для совершенных субститутов выглядят как

- А) набор прямых линий с отрицательным наклоном
- Б) набор кривых, выпуклых вниз
- В) набор кривых, выпуклых вверх
- Г) набор ломаных прямых линий

4. Дайте определение Макроэкономика -

5. Решите задачу

Тимофей коллекционирует марки. Кроме марок в структуру его потребления входят крекеры. Его функцию полезности можно представить как $U(M, K) = M + \ln(K)$, где M – объем потребления марок в месяц и K – объем потребления крекеров. По какой цене Тимофей покупает марки, если он 9 раз в месяц ходит в магазин и приобретает там по одной марке? Доход Тимофея составляет 100.

6. Решите задачу

Суриков и Репин – два выдающихся русских художника. Общее количество картин написанных Суриковым 80, Репин написал 150 картин. Эти два художника рассматриваются специалистами как художники одного направления. Поэтому спрос на картины одного из художников зависит как от цены его картин, так и от цены картин другого художника. Спрос на картины Сурикова задается как

$$Q(\text{Суриков}) = 200 - 4 \cdot P(\text{Суриков}) - 2 \cdot P(\text{Репин}),$$

спрос на картины Репина задается как

$$Q(\text{Репин}) = 200 - P(\text{Суриков}) - 3 \cdot P(\text{Репин}),$$

где $P(\text{Суриков})$ и $P(\text{Репин})$ - цены картин Сурикова и Репина в млн. руб. Определите

равновесную цену на картины Сурикова (в млн. руб.):

7. Решите задачу

Функции спроса внутри страны на определенное благо равна $Q=200 - 0,8 \cdot P$. Функция предложения отечественных производителей блага равна $Q=2 \cdot P$. Страна выходит на международный рынок, при этом мировая цена на данный товар составляет 50 в пересчете на национальную валюту. Предполагая отсутствие торговых пошлин, транспортных и транзакционных издержек, определите чистый выигрыш страны от выхода на международный рынок (ответ округлите до целых)

8. Рассмотрите ситуацию.

Предположим, что экономическая система представлена одним индивидом. Он находится «на небесах» и перед ним лежит «вуаль незнания» а-la Джон Роулз. Особенность «вуали» в том, что индивид не знает к каким родителям (богатым или бедным) он попадет (варианты – в какой стране (богатой или бедной), в сельской или городской семье и т.д.). Полезность индивида, в зависимости от попадания к богатым или бедным родителям, представлена в следующей таблице:

Ситуация Полезность индивида, если попадет к бедным родителям (U1) Полезность индивида, если попадет к богатым родителям (U2)

А	50	50
Б	40	70
В	45	54
Г	50,5	53
Д	30	84

Какая ситуация будет выбрана, если индивид максимизирует полезность, предполагая, что ему не повезет и он попадет к бедным родителям:

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1.

Кривые безразличия для совершенных комплементов выглядят как

- А) набор прямых линий с отрицательным наклоном
- Б) набор кривых, выпуклых вниз
- В) набор кривых, выпуклых вверх
- Г) набор ломаных прямых линий

2.

Кривые безразличия для функций полезности Кобба-Дугласа выглядят как

- А) набор прямых линий с отрицательным наклоном
- Б) набор кривых, выпуклых вниз
- В) набор кривых, выпуклых вверх
- Г) набор ломаных прямых линий

3.

Для квазилинейных предпочтений характерно

- А) отсутствие эффекта замещения
- Б) отсутствие эффекта дохода
- В) отсутствие и эффекта дохода, и эффекта замещения
- Г) верны все вышеперечисленные варианты ответа

4. Дайте определение. История экономических учений - это

5. Решите задачу

Томас Мальтус тратит в год 1200 гиней на походы в питейный дом (X), цена посещения которого составляет 30 гиней, и в веселый дом (Y), цена посещения которого составляет 60 гиней за один раз. Функция полезности Томаса Мальтуса имеет вид $U(X,Y)=X*Y$, где X и Y – соответственно количество посещений питейных и веселых домов за год. Какую максимальную цену он готов заплатить за действующую в течение года дисконтную карту, дающую скидку на походы в питейный дом в размере 21%?

6. Решите задачу

Кривая спроса монополиста имеет вид $Q=10000/(P^2)$. Кривая предельных издержек имеет вид $MC=5$. Введен специфический косвенный налог с продаж в размере $T=2$ с проданной единицы. Во сколько раз упал объем продаж монополиста после введения налога?

7. Решите задачу

Кривая Лаффера показывает зависимость количества собранных налогов от размера средней налоговой ставки, установленной в государстве. Пусть кривая Лаффера имеет вид $\sum T = 10000 * (1 - (2*t - 1)^2)$, где t – налоговая ставка, исчисляемая в долях. При какой налоговой ставке доходы государства достигнут максимума?

8. Рассмотрите ситуацию.

Город объявил о намерении расширить радиальную дорогу. Кривая спроса типичного пассажира $Q=40-P$, где Q – число поездок в месяц, P – стоимость одной поездки в рублях. При наличии новой дороги затраты на поездку у типичного пассажира снизились бы с 30 до 20 рублей, однако налоги на типичного пассажира выросли бы на 115 рублей в месяц. Поддержит ли типичный пассажир строительство новой дороги? Чему будет равен его чистый выигрыш в месяц?

УК-9.3	Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач
Знать: основные приемы и технологии экономических наук	
Уметь: использовать приемы и технологии экономических наук	
Владеть: навыками использования методов экономических наук при решении профессиональных задач	
Показатель оценивания: теоретический количественный и качественный анализ экономической системы и экономической ситуации	

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

- Излишек производителя
 - прибыль плюс постоянные издержки
 - излишек потребителя минус прибыль
 - прибыль минус постоянные издержки
 - излишек потребителя плюс прибыль
- Разновидностью трансфертов являются
 - дотации
 - субсидии
 - субвенции
 - верны все варианты ответов

3. Неожидаемая инфляция сопровождается:

- а) снижением эффективности экономики;
- б) перераспределением доходов и богатства;
- в) снижением благосостояния;
- г) все ответы верны

4. Дайте определение. Альтернативная стоимость -

5. Решите задачу

Функция спроса на сигареты в условиях совершенной конкуренции задана как $Q=100/P$, функция предложения сигарет задана как $Q=P$. Правительство вводит акциз равный 100% от цены продавца. Сколько будет собрано акциза? (Ответ округлите до целого числа)

6. Решите задачу

Компания «Парапетик» - единственный производитель голографических телевизоров. Спрос на телевизоры равен $Q=10200 - 50 \cdot P$ в год, где Q измерено в млн. шт. Совокупные издержки производства данной марки телевизоров в день равны $ТС(Q)=(Q^2)/2$. Какое количество телевизоров в млн. шт. должна производить компания «Парапетик»?

7. Решите задачу

Количество реализуемой монополией продукции Q в зависимости от цены P определяется соотношением $Q(P)=\sqrt{40/P-1}$, где $2 < P < 39$. Найти значение цены, при котором монополист получит наибольший доход

8. Рассмотрите проблемную ситуацию.

Фирма «Сюрприз» является монополистом на рынке хороших новостей. Спрос на ее продукцию описывается уравнением $Q(P)=11 - P$, где Q – количество покупаемого товара, а P - его цена. Издержки на выпуск дополнительной единицы продукции равны 1, постоянные издержки отсутствуют. Какую прибыль получит фирма, если введен специфический косвенный налог равный 1 с каждой проданной единицы продукции, причем налог введен «задним числом», т.е. фирма сначала выпустила продукцию и продала продукцию, а потом введен налог.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1.

Валовые инвестиции это:

- а) общий объем вновь произведенного капитала за определенный период времени;
- б) изменение в объеме запасов капитала;
- в) общий объем вновь произведенных производственных товаров;
- г) все вышеперечисленное верно.

2.

Остаток Солоу

- а) не включается в функцию Кобба-Дугласа;
- б) является важным элементом модели межотраслевого баланса В. Леонтьева;
- в) зависит от технологических нововведений;
- г) зависит от роста квалификации лиц, работающих в теневой экономике

3.

С позиций модели Солоу если объем капитала увеличивается в течение определенного

периода времени, то при прочих равных условиях реальная процентная ставка:

- а) увеличивается;
- б) не изменяется;
- в) уменьшается;
- г) может изменяться в различных направлениях.

4. Дайте определение. Переменные издержки -

5. Решите задачу.

Фирма «Сюрприз» является монополистом на рынке хороших новостей. Спрос на ее продукцию описывается уравнением $Q(P)=11 - P$, где Q – количество покупаемого товара, а P – его цена. Издержки на выпуск дополнительной единицы продукции равны 1, постоянные издержки отсутствуют. Какую прибыль получит фирма, если государством введен специфический косвенный налог равный 1 с каждой проданной единицы. Налог вводится заранее, т.е. государство объявило о размере вводимого налога, а фирма приняла производственное решение с учетом вводимого налога

6. Решите задачу

Спрос на продукцию фирмы-монополиста линейен (снижение цены на 1 руб. всегда вызывает рост величины спроса на 1 ед.), а совокупные издержки на единицу продукции постоянны. Максимальная прибыль фирмы составила 4 068 289 рублей. Сколько единиц продукции выпустила фирма?

7. Решите задачу

Функция спроса на продукцию монополиста имеет вид $Q=A-P$. Его функция издержек имеет вид $TC(Q)=(Q^2)/2$. Монополист произвел и продал 88 единиц продукции. Чему равна «емкость рынка» (величина A)?

8. Рассмотрите ситуацию.

На рынке есть два продавца и два покупателя. Известны функции предложения по цене продавцов $Q=2*P - 6$; $Q=3*P - 8$; и функции спроса по цене покупателей: $Q=12 - P$; $Q=16-P$. Как определить цену равновесия на этом рынке?

ОПК-5.1. Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа- коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью; основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций; основные технологии в сфере рекламы; основные технологии в сфере связей с общественностью; основные этапы разработки и организации специального события как как технологии интегрированных коммуникаций; специфику социальной рекламы; историю рекламы и связей с общественностью.
Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; грамотно сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; проводить SWOT анализ
Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами.
Показатель оценивания: теоретический количественный и качественный анализ экономической системы и экономической ситуации

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1.

Для определения оптимального объема производства экономисты используют функции

- А) предельного дохода и предельных издержек
- Б) среднего дохода и средних совокупных издержек
- В) предельного дохода и средних совокупных издержек
- Г) среднего дохода и предельных издержек

2.

При принятии решения о закрытии проекта или его продолжении экономисты используют функции

- А) предельного дохода и предельных издержек
- Б) среднего дохода и средних совокупных издержек
- В) предельного дохода и средних совокупных издержек
- Г) среднего дохода и предельных издержек

3.

Кривые безразличия для совершенных субститутов выглядят как

- А) набор прямых линий с отрицательным наклоном
- Б) набор кривых, выпуклых вниз
- В) набор кривых, выпуклых вверх
- Г) набор ломаных прямых линий

4. Дайте определение Макроэкономика -

5. Решите задачу

Тимофей коллекционирует марки. Кроме марок в структуру его потребления входят крекеры. Его функцию полезности можно представить как $U(M, K) = M + \ln(K)$, где M – объем потребления марок в месяц и K – объем потребления крекеров. По какой цене Тимофей покупает марки, если он 9 раз в месяц ходит в магазин и приобретает там по одной марке? Доход Тимофея составляет 100.

6. Решите задачу

Суриков и Репин – два выдающихся русских художника. Общее количество картин написанных Суриковым 80, Репин написал 150 картин. Эти два художника рассматриваются специалистами как художники одного направления. Поэтому спрос на картины одного из художников зависит как от цены его картин, так и от цены картин другого художника. Спрос на картины Сурикова задается как

$$Q(\text{Суриков}) = 200 - 4 \cdot P(\text{Суриков}) - 2 \cdot P(\text{Репин}),$$

спрос на картины Репина задается как

$$Q(\text{Репин}) = 200 - P(\text{Суриков}) - 3 \cdot P(\text{Репин}),$$

где $P(\text{Суриков})$ и $P(\text{Репин})$ - цены картин Сурикова и Репина в млн. руб. Определите равновесную цену на картины Сурикова (в млн. руб.):

7. Решите задачу

Функции спроса внутри страны на определенное благо равна $Q = 200 - 0,8 \cdot P$. Функция предложения отечественных производителей блага равна $Q = 2 \cdot P$. Страна выходит на международный рынок, при этом мировая цена на данный товар составляет 50 в пересчете на национальную валюту. Предполагая отсутствие торговых пошлин, транспортных и транзакционных издержек, определите чистый выигрыш страны от выхода на международный рынок (ответ округлите до целых)

8. Рассмотрите ситуацию.

Предположим, что экономическая система представлена одним индивидом. Он находится «на небесах» и перед ним лежит «вуаль незнания» а-la Джон Роулз. Особенность «вуали» в том, что индивид не знает к каким родителям (богатым или бедным) он попадет (варианты – в какой стране (богатой или бедной), в сельской или

городской семье и т.д.). Полезность индивида, в зависимости от попадания к богатым или бедным родителям, представлена в следующей таблице:

Ситуация Полезность индивида, если попадет к бедным родителям (U_1) Полезность индивида, если попадет к богатым родителям (U_2)

А	50	50
Б	40	70
В	45	54
Г	50,5	53
Д	30	84

Какая ситуация будет выбрана, если индивид максимизирует полезность, предполагая, что ему не повезет и он попадет к бедным родителям:

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1.

Кривые безразличия для совершенных комплементов выглядят как

- А) набор прямых линий с отрицательным наклоном
- Б) набор кривых, выпуклых вниз
- В) набор кривых, выпуклых вверх
- Г) набор ломаных прямых линий

2.

Кривые безразличия для функций полезности Кобба-Дугласа выглядят как

- А) набор прямых линий с отрицательным наклоном
- Б) набор кривых, выпуклых вниз
- В) набор кривых, выпуклых вверх
- Г) набор ломаных прямых линий

3.

Для квазилинейных предпочтений характерно

- А) отсутствие эффекта замещения
- Б) отсутствие эффекта дохода
- В) отсутствие и эффекта дохода, и эффекта замещения
- Г) верны все вышеперечисленные варианты ответа

4. Дайте определение. История экономических учений - это

5. Решите задачу

Томас Мальтус тратит в год 1200 гиней на походы в питейный дом (X), цена посещения которого составляет 30 гиней, и в веселый дом (Y), цена посещения которого составляет 60 гиней за один раз. Функция полезности Томаса Мальтуса имеет вид $U(X,Y)=X*Y$, где X и Y – соответственно количество посещений питейных и веселых домов за год. Какую максимальную цену он готов заплатить за действующую в течение года дисконтную карту, дающую скидку на походы в питейный дом в размере 21%?

6. Решите задачу

Кривая спроса монополиста имеет вид $Q=10000/(P^2)$. Кривая предельных издержек имеет вид $MC=5$. Введен специфический косвенный налог с продаж в размере $T=2$ с проданной единицы. Во сколько раз упал объем продаж монополиста после введения налога?

7. Решите задачу

Кривая Лаффера показывает зависимость количества собранных налогов от размера средней налоговой ставки, установленной в государстве. Пусть кривая Лаффера имеет вид $\sum T = 10000 * (1 - (2 * t - 1)^2)$, где t – налоговая ставка, исчисляемая в долях. При какой налоговой ставке доходы государства достигнут максимума?

8. Рассмотрите ситуацию.

Город объявил о намерении расширить радиальную дорогу. Кривая спроса типичного пассажира $Q = 40 - P$, где Q – число поездок в месяц, P – стоимость одной поездки в рублях. При наличии новой дороги затраты на поездку у типичного пассажира снизились бы с 30 до 20 рублей, однако налоги на типичного пассажира выросли бы на 115 рублей в месяц. Поддержит ли типичный пассажир строительство новой дороги? Чему будет равен его чистый выигрыш в месяц?

Каждый билет оценочных материалов содержит 2 теоретических заданий и 1 практическое расчетное задание.

БИЛЕТ 1

1. Предмет изучения макроэкономики
2. Понятие и характеристики общественных благ. «Проблема безбилетников». Спрос и предложение общественных благ.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего).
3. Некий предприниматель открыл торговый ларек в городе Курске. Он торгует пивом и сигаретами. Месячный оборот по пиву у него составляет 1000, закупочная цена пива 20 рублей. Месячный оборот сигарет составляет 500, закупочная цена сигарет 25 рублей. Предпринимателю приходится работать в условиях совершенной конкуренции, и рыночная цена на пиво составляет 35 рублей, а на сигареты 36 рублей. Помимо затрат, связанных с закупкой сигарет и пива, предприниматель несет следующие постоянные издержки: транспортные издержки – 1000 рублей в месяц, аренда торгового ларька – 8000 рублей в месяц, издержки на заработную плату – 8000 рублей в месяц. Итого постоянные издержки у него составляют 17 тыс. рублей в месяц. Предприниматель попытался рассчитать себестоимость пива и сигарет. Для этого он решил «распределить» постоянные издержки между пивом и сигаретами. Доля пива в общем объеме продаж составила у него $\frac{1000 * 35}{1000 * 35 + 36 * 500} = 0.66$, а доля сигарет, соответственно, 0.34.

Поэтому наш предприниматель расписал постоянные издержки в соответствии с долями и получил следующие показатели.

$$\text{Себестоимость пива} = 20 + \frac{17'000 * 0.66}{1000} = 31.22$$

$$\text{Себестоимость сигарет} = 25 + \frac{17'000 * 0.34}{500} = 36.56$$

Предприниматель прошел курсы бухгалтерского учета и твердо усвоил, что продавать товар ниже себестоимости нельзя. Поэтому он решил не продавать сигареты, так как их рыночная цена ниже себестоимости.

- А) Правильно ли поступил предприниматель? Чему будет равна прибыль предпринимателя, если он не станет продавать сигареты?
- Б) Чему будет равна прибыль предпринимателя, если он все же будет продавать сигареты
- В) В чем была ошибочность расчетов предпринимателя, когда он пользовался концепцией себестоимости

БИЛЕТ 2

1. Валовой внутренний продукт.
2. Понятие и характеристики общих ресурсов. Наиболее значимые общие ресурсы (чистая вода и воздух, месторождения нефти, перегруженные дороги, дикие животные). Трагедия общинных земель
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего).
3. Евротуннель, компания владеющая туннелем соединяющим Англию и Францию, получила операционную прибыль в 46 млн. фунтов в течение первого полугодия 1998 года. Однако, если вычесть кредиторскую задолженность компании (вызванную займами на строительство тоннеля), то убыток компании составит 130 млн. фунтов за тот же период. Нужно ли продолжать эксплуатацию тоннеля, учитывая данные потери?

БИЛЕТ 3

1. Методы исследования в экономической теории. Критерии научного анализа в исследовании экономических процессов: эксперимент, верификация, прогностичность.
2. Информационная асимметрия и проблемы, с ней связанные. Рынок «лимонов» и роль государства на рынке «лимонов».
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Для приготовления одной порции фирменного коктейля бара «Адам Смит» требуется одна единица ингредиента А, две единицы ингредиента В, три единицы ингредиента С и восемь единиц ингредиента Д. Однако владелец бара обладает лишь ограниченными ресурсами для закупки дорогих ингредиентов. Так, на имеющиеся у него денежные средства он может купить либо сто единиц ингредиента А, либо 200 единиц ингредиента В, либо 300 единиц ингредиента С, либо 400 единиц ингредиента Д в день. Какое максимальное число порций фирменного коктейля может быть произведено в баре «Адам Смит» в день?

БИЛЕТ 4

1. Абсолютные и относительные макроэкономические показатели.
2. Налоги и их необходимость. Прогрессивные, пропорциональные и регрессивные налоги. Средняя и предельная ставка налога. Распределение налогового бремени между производителем и потребителем.

(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)

3. Функции совокупных издержек представлены как

А) $TC(Q) = Q + 100$

Б) $TC(Q) = Q^2 - 5 * Q + 100$

В) $TC(Q) = Q^3 + 5 * Q^2 - 10 * Q + 100$

Г) $TC(Q) = Q^4 - 2 * Q^3 + 5 * Q^2 - 10 * Q + 100$

Определите, пожалуйста, функции средних совокупных издержек (ATC) и найдите их минимум. Определите функции предельных издержек (MC). Определите точки пересечения кривых средних и предельных издержек

БИЛЕТ 5

1. Понятие безработицы. Занятые, безработные и аутсайдеры.
2. Налоги и справедливость. Принцип получаемых выгод и аккордные налоги. Принцип способности заплатить налог. Горизонтальное и вертикальное равенство. (в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Издержки фирмы по производству часов задаются соотношением $TC = 100 + q^2$
 - А) Если цена часов равна 60, какое количество часов необходимо производить, чтобы максимизировать прибыль?
 - Б) Какова будет прибыль?
 - В) При какой минимальной цене выпуск фирмы будет положительным и чему он будет равен?

БИЛЕТ 6

1. Норма безработицы. Методика Международной организации труда (МОТ). Выборочные опросы..
2. Понятие краткосрочного и долгосрочного периода в деятельности фирмы. Производственная функция. Закон убывающей отдачи. Совокупный, средний и предельный продукты (в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Фирма «Газонокосильщик» работает в условиях совершенной конкуренции. Цена стрижки одного газона сложилась на уровне $P = MR = 20$. Функция совокупных издержек фирмы задана как $TC = 0.1 * q^2 + 10 * q + 50$
 - А) Каков оптимальный объем выпуска фирмы?
 - Б) Определите размер прибыли
 - В) Задайте кривую предложения фирмы для долгосрочного периода времени
 - В) Графически изобразите результаты, нарисовав кривую спроса и кривую предложения фирмы «Газонокосильщик»

БИЛЕТ 7

1. Понятие валового внутреннего продукта.
2. Издержки фирмы и их виды. Постоянные, переменные и совокупные, издержки.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Предположим, что для конкурентной фирмы предельные издержки при выпуске q задаются соотношением $MC(q) = 3 + 2 \cdot q$. Если рыночная цена изделия фирмы равна 9 долл., то:
А) Какой объем продукции фирма будет производить?
Б) Чему будет равен излишек производителя фирмы?
В) Какова будет прибыль фирмы

БИЛЕТ 8

1. Расчет ВВП по производству (добавленной стоимости).
2. Кривые издержек в краткосрочном периоде. Кривые предельных (маржинальные), средних совокупных, средних постоянных и средних переменных издержек.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Пусть $MC(q) = 3 + 2 \cdot q$, $AVC(q) = 3 + q$, $FC = 3$. Если рыночная цена изделия фирмы равна 9 долл., то будет ли фирма получать положительную, отрицательную или нулевую прибыль в краткосрочном периоде?

БИЛЕТ 9

1. Расчет ВВП по расходам. Расчет ВВП по доходам.
2. Бухгалтерские (явные) и экономические (неявные) издержки. Бухгалтерская прибыль и экономическая прибыль. Учет издержек и доходов фирмы. Баланс фирмы.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Функция предельных издержек фирмой-ценополучателем имеет вид $MC(q) = (3 - q)^2 + 1$
А) При какой цене для фирмы, максимизирующей прибыль, оптимальным является производство объема $q = 2$
Б) Как будет выглядеть функция совокупных издержек для этой фирмы?

БИЛЕТ 10

1. Недостатки ВВП.
2. Издержки производства в долгосрочном периоде. Долгосрочные средние и предельные издержки. Положительная и отрицательная экономия от масштаба производства.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)

3. Вы владелец частной парковки в городе Курске с максимальной вместимостью в 600 машин. Спрос на парковку в вашем районе оценивается как $Q_D = 1000 - 2 * P$, где Q – число пользователей в месяц, а P – плата за парковку в месяц.
- А) Определите обратную кривую спроса
 Б) Определите кривую совокупного дохода
 В) Определите вид кривой предельного дохода
 Г) Какая цена позволят максимизировать Ваши доходы?
 Вы ежемесячно вынуждены отдавать 25 000 *рублей* владельцу земельного участка. В дополнение к этому Вы платите страховой компании ежемесячно сумму в 20 *рублей* за страховку каждого автомобиля, а администрация города Курска берет с Вас 30 *рублей* за каждый автомобиль в плане реализации политики по снижению использования автомобильного транспорта в пределах городской черты
- Д) Как будет выглядеть функция совокупных издержек? Как будет выглядеть функция предельных издержек?
 Е) Какой объем и какая цена позволит максимизировать Вашу прибыль?
 Ж) Чему равна Ваша ежемесячная прибыль?

БИЛЕТ 11

1. Реальный и номинальный ВВП.
2. Фирмы на совершенно конкурентном рынке (фирмы-ценополучатели). Основные признаки рынка совершенной конкуренции. Определение эффективного объема выпуска (объема предложения) в краткосрочном периоде времени.
 (в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Компания «Парапетик» единственный производитель голографических телевизоров. Ежедневный спрос на телевизоры равен $Q_D = 10200 - 100 * P$. Совокупные издержки производства данной марки телевизоров в день равны $TC = \frac{Q^2}{2}$ (заметьте, что $MC = Q$)
- А) Как выглядит кривая валовой выручки у компании?
 Б) Как выглядит кривая предельной выручки?
 В) Какое количество телевизоров должна производить компания «Парапетик»? Какую цену должна назначить компания? Какой будет ее ежедневная прибыль?

БИЛЕТ 12

1. Экономический рост.
2. Решение совершенно конкурентной фирмы о минимизации убытков или остановке производства в краткосрочном периоде времени.
 (в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
- $TC = 100 + 25 * q$; $P = 30$
 $q^* = ?$ $\Pi^* = ?$ Дайте графическую иллюстрацию задачи

БИЛЕТ 13

1. Сбережения и чистые инвестиции. Равновесие на финансовых рынках и роль процентной ставки в его достижении.
2. Решение совершенно конкурентной фирмы об остановке производства в долгосрочном периоде времени
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. $TC = 100 + 15 * q^2$; $P = 90$
 $q^* = ?$ $\Pi^* = ?$ Дайте графическую иллюстрацию задачи

БИЛЕТ 14

1. Государство как заемщик и как кредитор.
2. Основные признаки рынков несовершенной конкуренции. Понятие монополии. Естественные и искусственные монополии
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. $TC = 100 + 15 * \sqrt{q}$, $P = 40$
 $q^* = ?$ $\Pi^* = ?$ Дайте графическую иллюстрацию задачи

БИЛЕТ 15

1. Способы финансирования дефицита государственного бюджета. Проблема внешних заимствований.
2. Определение монополией (фирмой-ценоискателем) количества производимой продукции и цены на нее.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Количество реализуемой монополией продукции Q в зависимости от цены P определяется соотношением $Q_D = \sqrt{\left(\frac{P_0}{P}\right)} - 1$, где $P_0 > 2$. Найти значение цены, при котором монополист получит наибольший доход

БИЛЕТ 16

1. Налогово-бюджетная политика государства.
2. Экономические последствия монополизации. Монополия и безвозвратные потери для общества Государственная политика в отношении монополий.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)

3. Зависимость дохода монополии от количества выпускаемой продукции задано как $TR = 100 * Q - 1000 * \sqrt{Q}$ где $(400 < Q < 900)$. Функция совокупных издержек имеет вид $TC = 50 * Q + \frac{4 * Q^{3/2}}{5}$.
- А) Определите цену, объем выпуска и прибыль монополиста
 Б) Покажите положительную зависимость между ценой и объемом выпуска монополиста

БИЛЕТ 17

1. Способы осуществления налогово-бюджетной политики.
2. Понятие ценовой дискриминации и ее виды. Ценовая дискриминация как способ увеличения прибыли монополистом.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Спрос на продукцию фирмы-ценоискателя линейен (снижение цены на 1 руб. всегда вызывает рост величины спроса на 1 ед.), а средние совокупные издержки постоянны. Максимальная прибыль фирмы составила 4052169 рублей. Сколько единиц продукции выпустила фирма?

БИЛЕТ 18

1. Органы федеральной власти, определяющие налогово-бюджетную политику в РФ.
2. Монополистическая конкуренция. Позиционирование, реклама и борьба за потребителя на рынках монополистической конкуренции.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Функция спроса на товар имеет вид: $Q_D = 700 - P$; функция предложения: $Q_S = 2 * P - 200$, где P - цена товара в рублях, а Q - количество в тыс. штук. Определите равновесную цену и равновесное количество товара. Что произойдет на рынке, если правительство установит верхний предел цен равный:

БИЛЕТ 19

1. Влияние дефицита бюджета на объем инвестиций.
2. Предложение труда. Факторы, определяющие предложение труда. Кривая предложения труда.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Функция спроса на товар X имеет вид $Q_D = 16 - P$. Предложение товара задано функцией $Q_S = P$. При какой цене товара имеет место дефицит равный 4.

БИЛЕТ 20

1. Влияние изменения налогов на изменение совокупного потребления.
2. Спрос на труд. Факторы, определяющие спрос на труд. Кривая спроса на труд.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Пусть P – цена сноуборда (в тыс. руб.), Q – объем продаж (в шт.). Июльский спрос задан соотношением $P = 8 - 0,01 * Q$. В декабре он утроился.
А) Определить декабрьский спрос на сноуборды.
Б) Предложение сноубордов задано как $Q_s = 300 * P$. Определите цены и объемы продаж в июле и декабре

БИЛЕТ 21

1. Деньги и их функции: средство обмена, мера стоимости, средство накопления.
2. Причины отклонений в рыночном равновесии на рынках труда: закон о минимальной заработной плате, профсоюзы, дискриминация работников.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Суточный спрос на сахар в некотором магазине задан функцией $Q_D = 2200 - 75 * P$, а предложение – функцией $Q_s = P^2 - 176$. Здесь P – цена, руб., а Q – объем продаж, кг.
А) Найти равновесную цену и объем продаж.
Б) Как они изменятся, если после закрытия соседнего магазина спрос вырастет в 1.7 раза?
В) А если спрос вырастет в 2 раза?

БИЛЕТ 22

1. Банк как финансовый посредник. Расчетные операции коммерческих банков. Клиринг.
2. Проблемы перераспределения доходов в рыночной экономике. Либерализм (эгалитаризм). Утилитаризм. Либертарианизм.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Кривые спроса и предложения товара имеют линейный вид. Функция спроса: $Q_D = 400 - P$. Равновесное количество равно 100 единицам. Излишек потребителей в 2 раза превышает излишек производителей.
А) Определите равновесные цену и найдите излишек производителя
Б) Определите кривую предложения;
В) Охарактеризуйте ситуацию на рынке притовара при установлении потолка цен в 280 руб.

БИЛЕТ 23

1. Понятие ожидаемой и неожиданной инфляции. Издержки ожидаемой инфляции.
2. Оценка эффективности перераспределения доходов. «Дырявое ведро» А. Окуня.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Суриков и Репин – два выдающихся русских художника. Общее количество картин написанных Суриковым 100, Репин написал 150 картин. Эти два художника рассматриваются специалистами как художники одного направления. Поэтому спрос на картины одного из художников зависит как от цены его картин, так и от цены картин другого художника.
Спрос на Сурикова задается как $Q_D^{СУРИКОВ} = 200 - 4 * P_C - 2 * P_P$, спрос на картины Репина задается как $Q_D^{РЕПИН} = 200 - P_C - 3 * P_P$, где P_C и P_P – цены картин Сурикова и Репина.
А) Определите равновесные цены на рынках картин Сурикова и Репина
Б) К сожалению, пожар в музее уничтожил 10 картин Сурикова. Что произойдет с равновесными ценами на обоих рынках?
В) Являются ли картины Сурикова и Репина субститутами или комплементариями?

БИЛЕТ 24

1. Связь между номинальной, реальной процентными ставками и уровнем инфляции.
2. Проблемы бедности. Критерии определения бедной семьи. Экономическая мобильность. Понятие элиты и движение по социальной лестнице.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Функция спроса населения на данный товар $Q_D = 9 - P$; функция предложения данного товара $Q_S = -6 + 2 * P$, где Q_D – объем спроса, млн. шт.; Q_S – объем предложения, млн. шт.; P – цена, руб.
А) Предположим, на данный товар введен специфический косвенный налог, уплачиваемый продавцом, размером 1.5 р./шт. Определите равновесную цену (с включением и без включения налога), равновесный объем продаж. Определите размер безвозвратный потерь
Б) Предположим, на данный товар введен специфический косвенный налог в 25% цены, которую уплатил покупатель. Определите равновесные цены спроса и предложения, равновесный объем продаж. Определите размер безвозвратный потерь и сумму собранных налогов.
В) Предположим, на данный товар введен специфический косвенный налог, уплачиваемый продавцом, размером 25% цены, которую получил продавец. Определите равновесные цены спроса и предложения, равновесный объем продаж. Определите размер безвозвратный потерь
Г) Предположим, за каждую проданную единицу товара производители получают дополнительно 1.5 р. из бюджета. Определите равновесную цену (с дотацией и без нее), равновесный объем продаж. Определите размер безвозвратный потерь
Д) Правительство установило фиксированную розничную цену в 4 р. Определите размер дефицита и безвозвратных потерь.

БИЛЕТ 25

1. Понятие инфляционного налога.
2. Экономические модели и их использование в экономике. Модель кругооборота факторов производства, доходов и расходов в экономике.
(в ответе на данный вопрос необходимо представить как позицию двух и более исследователей данной проблемы, так и собственную позицию отвечающего)
3. Спрос на товар задан как $Q_D = 1000 - 10 * P$, функция предложения $Q_S = 100 + 20 * P$. Для каждой продаваемой единицы правительство установило налог, равный половине цены уплачиваемой покупателем.
А) Определите доналоговое равновесие
Б) Определите посленалоговое равновесие и сумму собранных налогов.
В) Подумайте - какой товар может иметь подобную функцию предложения?

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет и экзамен проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Теоретико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Задачи

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Практические задания по вариантам

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 2-8 часов

Условия – анализ соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы
по дисциплине «Математика»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-1.1: Понимает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач
Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации
Уметь: собирать и обобщать информацию
Владеть: методиками системного подхода для решения профессиональных задач
Показатель оценивания: знание теоремы, знание практического алгоритма, умение применить к поставленной задаче, умение довести до ответа.

УК-1.2: Демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Знать: методики анализа и систематизации разнородных данных
Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данные
Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: знание теоремы, знание практического алгоритма, умение применить к поставленной задаче, умение довести до ответа.

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «**отлично**» выставляется за глубокое знание материала, предусмотренного ФОМ, содержащегося в основных и дополнительных рекомендованных литературных источниках, за умение четко, лаконично и логически последовательно отвечать на поставленные вопросы, за умение анализировать изучаемые явления в их взаимосвязи.

Оценка «**хорошо**» – за твердое знание основного (программного) материала, за грамотные без существенных неточностей ответы на поставленные вопросы.

Оценка «**удовлетворительно**» – за общее знание только основного материала, за ответы, содержащие неточности или слабо аргументированные, с нарушением последовательности изложения материала.

Оценка «**неудовлетворительно**» – за незнание значительной части программного материала, основных понятий дисциплины, за существенные ошибки в ответах на вопросы.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-1.1: Понимает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач
Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации
Уметь: собирать и обобщать информацию
Владеть: методиками системного подхода для решения профессиональных задач
Показатель оценивания: знание теоремы, знание практического алгоритма, умение применить к поставленной задаче, умение довести до ответа.

УК-1.2: Демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Знать: методики анализа и систематизации разнородных данных
Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данные
Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: знание теоремы, знание практического алгоритма, умение применить к поставленной задаче, умение довести до ответа.

Вариант 1.

1. геометрический смысл определённого интеграла

- 1) Площадь криволинейной трапеции 2) Площадь ромба
3) Площадь квадрата 4) Не имеет геометрического смысла

2. $\int_0^{\pi} \sin 4x \, dx = ?$

- 1) 5,0 2) - 0,5 3) - 5,0 4) 0,5

3. $y = x - \sin x$ $y'(0) = ?$

- 1) 0 2) 11 3) 10 4) 1

4. правило Лопиталя

- 1) $\lim_{x \rightarrow a} \frac{f_1'(x)}{f_2''(x)} = \lim_{x \rightarrow a} \frac{f_1''(x)}{f_2'(x)}$ 2) $\lim_{x \rightarrow a} \frac{f_1''(x)}{f_2'(x)} = \lim_{x \rightarrow a} \frac{f_1'(x)}{f_2''(x)}$
3) $\lim_{x \rightarrow a} \frac{f_1(x)}{f_2(x)} = \lim_{x \rightarrow a} \frac{f_1'(x)}{f_2'(x)}$ 4) нет верной формулировки

5. Определение производной

1) $f'(x) = \lim_{x \rightarrow 0} \frac{\Delta f(x)}{\Delta x}$

2) $f'(x) = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta f(x)}{\Delta x}$

3) $f'(x) = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta x}{\Delta f(x)}$

4) нет верной формулировки

6. Геометрический смысл производной

1) $y' = \sin \alpha$

2) $y' = \cos \alpha$

3) $y' = \operatorname{tg} \alpha$

4) не имеет геометрического смысла

7. $\lim_{x \rightarrow 2} \frac{x-2}{x^2-3x+2} = ?$

1) не существует

2) 10

3) 4

4) 0,1

8. уравнение прямой, проходящей через -3 на оси Oy и под углом 45° к оси Ox

1) $y = x+3$

2) $y = x-3$

3) $y = 3-x$

4) $y = -3-x$

9. $\begin{vmatrix} \sqrt{a} & -1 \\ a & \sqrt{a} \end{vmatrix} = ?$

1) $-a$

2) a

3) $2a$

4) $3a$

10. точка максимума функции $f(x) = 1 - 2x^2$

1) 0

2) 11

3) 10

4) 1

Вариант 2.

1. $\begin{vmatrix} 3 & -2 \\ 4 & 6 \end{vmatrix} = ?$

1) 2,6

2) 26

3) 62

4) 6,2

2. $\begin{pmatrix} 3 & 1 \\ 2 & 1 \end{pmatrix}$, обратная матрица = ?

$$1) \begin{pmatrix} 1 & -1 \\ -2 & 3 \end{pmatrix} \quad 2) \begin{pmatrix} 3 & 2 \\ 1 & 1 \end{pmatrix} \quad 3) \begin{pmatrix} -3 & 2 \\ 1 & -1 \end{pmatrix} \quad 4) \begin{pmatrix} 3 & -2 \\ -1 & 1 \end{pmatrix}$$

3. уравнение прямой, проходящей через 2 на оси Oy и под углом 45° к оси Ox

$$1) y = x + 2 \quad 2) y = x - 2 \quad 3) y = 2 - x \quad 4) y = -2 - x$$

4. $\lim_{x \rightarrow 2} \frac{x^2 - 4}{x - 2} = ?$

$$1) 4 \quad 2) 0,4 \quad 3) 40 \quad 4) \text{ не существует}$$

5. $y = \sin 6x$, $y'(0) = ?$

$$1) 6 \quad 2) 0,6 \quad 3) 60 \quad 4) 6,2$$

6. $y = \frac{x^4}{4} - x^3$ $y''(0) = ?$

$$1) 0 \quad 2) 11 \quad 3) 10 \quad 4) 1$$

7. точка минимума функции $f(x) = 1 + 2x^2 - \frac{x^4}{4}$

$$1) 0 \quad 2) 11 \quad 3) 10 \quad 4) 1$$

8. точка максимума функции $f(x) = 1 - 2x^2$

$$1) 0 \quad 2) 11 \quad 3) 10 \quad 4) 1$$

9. неопределённый интеграл это

$$1) \text{ Первообразная} \quad 2) \text{ Производная} \\ 3) \text{ Разность двух первообразных} \quad 4) \text{ Совокупность всех первообразных}$$

10. $\int_0^{\frac{\pi}{4}} \cos 4x \, dx = ?$

1) 0 2) 11 3) 10 4) 1

Экзаменационные билеты, комплект №1

Билет № 1

Вопрос № 1. Матрица. Алгебра матриц, действия с матрицами, свойства действий.

Вопрос №2. Линейное алгебраическое уравнение с двумя, тремя переменными. Графический способ нахождения решения.

Вопрос №3. Система линейных алгебраических уравнений. Формулы Крамера.

Задача. Решить систему линейных алгебраических уравнений, сделать проверку

$$3x - 2y - z = -5$$

$$x + 3y + 2z = 2$$

$$5x - 2y + 4z = -7$$

Билет № 2

Вопрос №1. Определитель квадратной матрицы, правило нахождения и свойства определителя.

Вопрос №2. Уравнение прямой на плоскости. Классификация видов уравнения прямой на плоскости.

Вопрос №3. Система линейных алгебраических уравнений. Формулы Крамера.

Задача. Определить взаимное расположение плоскостей (параллельны, перпендикулярны) $x - 2y + 3z = 9$ и $3x + y - 2z = 1$

Билет № 3

Вопрос № 1. Матрица. Определитель. Свойства определителя, использование свойств для нахождения определителя.

Вопрос №2. Условие параллельности и перпендикулярности прямых на плоскости.

Вопрос №3. Система линейных алгебраических уравнений. Формулы Крамера.

Задача. Решить систему линейных алгебраических уравнений, сделать проверку

$$\begin{aligned}x - 4y + 2z &= -5 \\4x + y - 3z &= -3 \\2x + 3y + 4z &= 1\end{aligned}$$

Билет № 4

Вопрос №1. Матрица, определитель. Линейная зависимость строк и столбцов матрицы и определителя, необходимое и достаточное условие линейной зависимости строк и столбцов, лемма о базисном миноре.

Вопрос №2. Угол между прямыми на плоскости. Пересечение прямых на плоскости.

Вопрос №3. Система линейных алгебраических уравнений. Формулы Крамера.

Задача. Найти углы ΔABC : $A \begin{pmatrix} 2 \\ -1 \\ 3 \end{pmatrix}$, $B \begin{pmatrix} 1 \\ 1 \\ 1 \end{pmatrix}$, $C \begin{pmatrix} 0 \\ 0 \\ 5 \end{pmatrix}$

Билет № 5

Вопрос № 1. Ранг матрицы, нахождение ранга по определению и приведением матрицы к диагональному виду, равенство ранга порядку базисного минора.

Вопрос №2. Уравнение плоскости в пространстве. Уравнение прямой в пространстве. Классификация видов уравнения плоскости и прямой в пространстве.

Вопрос №3. Система линейных алгебраических уравнений. Теорема Кронекера-Капелли. Вопрос единственности решения системы линейных алгебраических уравнений.

Задача. Решить систему линейных алгебраических уравнений, сделать проверку

$$\begin{aligned}2x + 4y - 3z &= 2 \\x + y + 2z &= 0 \\3x - 2y + z &= -5\end{aligned}$$

Билет № 6

Вопрос №1. Матрица. Обратная матрица. Существование и вид обратной матрицы.

Вопрос №2. Уравнение плоскости в пространстве. Условие параллельности и перпендикулярности плоскостей в пространстве.

Вопрос №3. Канонические кривые второго порядка на плоскости. Классификация и характеристические свойства канонических кривых.

Задача. Найти угол между диагоналями параллелограмма, построенного на $\vec{a} = 2\vec{i} + \vec{j}$ и $\vec{b} = -2\vec{j} + \vec{k}$

Билет № 7

Вопрос № 1. Система линейных алгебраических уравнений. Теорема Кронекера-Капелли, теорема о существовании ненулевого решения однородной системы.

Вопрос №2. Уравнение плоскости в пространстве. Пересечение плоскостей в пространстве.

Вопрос №3. Линейное алгебраическое неравенство с двумя, тремя переменными. Графический способ нахождения решения.

Задача. Решить систему линейных алгебраических уравнений, сделать проверку

$$3x - y + 4z = 2$$

$$x + 2y + 3z = 7$$

$$5x + 3y + 2z = 8$$

Билет № 8

Вопрос №1. Система линейных алгебраических уравнений. Формулы Крамера.

Вопрос №2. Линейное алгебраическое неравенство с двумя, тремя переменными. Графический способ нахождения решения.

Вопрос №3. Уравнение прямой на плоскости. Классификация видов уравнения прямой на плоскости.

Задача. Найти длину хорды эллипса $x^2 + 2y^2 = 18$, делящей угол между осями пополам.

Билет № 9

Вопрос № 1. Система линейных алгебраических уравнений. Теорема Кронекера-Капелли. Вопрос единственности решения системы линейных алгебраических уравнений.

Вопрос №2. Квадратичная форма с двумя переменными. Приведение квадратичной формы к каноническому виду при помощи поворота и параллельного переноса на плоскости.

Вопрос №3. Уравнение прямой на плоскости. Классификация видов уравнения прямой на плоскости.

Задача. Решить систему линейных алгебраических уравнений, сделать проверку

$$x + y - 3z = 0$$

$$\begin{aligned} 3x + 2y + 2z &= -1 \\ x - y + 5z &= -2 \end{aligned}$$

Билет № 10

Вопрос №1. Система линейных алгебраических уравнений. Алгоритм исследования и нахождения решения системы линейных алгебраических уравнений с выделением базисного минора.

Вопрос №2. Уравнение второй степени с двумя переменными в общем виде. Алгоритм нахождения решения приведением к каноническому виду.

Вопрос №3. Уравнение прямой на плоскости. Классификация видов уравнения прямой на плоскости.

Задача. Записать уравнение искомой плоскости, проходящей через точки с координатами $(0; 5; 1)$ и $(1; 0; 2)$ и перпендикулярно данной плоскости $x + 5y + 2z = 0$

Билет № 11

Вопрос № 1. Система линейных алгебраических уравнений. Метод Гаусса, элементарные преобразования систем, приведение системы к ступенчатому виду, исследование системы по ступенчатому виду.

Вопрос №2. Декартовы координаты. Вектор на плоскости и в пространстве, его координаты, длина, направление. Разложение вектора по базису пространства.

Вопрос №3. Уравнение прямой на плоскости. Классификация видов уравнения прямой на плоскости.

Задача. Решить систему линейных алгебраических уравнений, сделать проверку

$$\begin{aligned} 2x + 3y + z &= 1 \\ x + y - 4z &= 0 \\ 4x + 5y - 3z &= 1 \end{aligned}$$

Билет № 12

Вопрос №1. Система линейных алгебраических уравнений, однородная и неоднородная система. Свойства решения системы линейных алгебраических уравнений.

Вопрос №2. Канонические кривые второго порядка на плоскости. Классификация и характеристические свойства канонических кривых.

Вопрос №3. Уравнение прямой на плоскости. Классификация видов уравнения прямой на

плоскости.

Задача. Написать уравнение плоскости, проходящей через точку $(2; 2; 4)$ и параллельной плоскости $2x + 3y - z = 4$.

Билет № 13

Вопрос № 1. Линейное пространство. Евклидово нормированное пространство. Скалярное произведение, норма элемента, угол между элементами, неравенство Коши-Буняковского.

Вопрос №2. Система линейных алгебраических неравенств с двумя переменными. Графический способ исследования и нахождения решения.

Вопрос №3. Определитель квадратной матрицы, правило нахождения и свойства определителя.

Задача. Решить систему линейных алгебраических уравнений, сделать проверку

$$3x - 2y - z = -5$$

$$x + 3y + 2z = 2$$

$$5x - 2y + 4z = -7$$

Билет № 14

Вопрос №1. Линейное пространство. Линейная зависимость элементов пространства, необходимое и достаточное условие линейной зависимости. Ортогональность элементов, связь ортогональности и линейной независимости.

Вопрос №2. Матрица. Обратная матрица. Существование и вид обратной матрицы.

Вопрос №3. Система линейных алгебраических уравнений. Теорема Кронекера-Капелли, теорема о существовании ненулевого решения однородной системы.

Задача. Определить взаимное расположение плоскостей (параллельны, перпендикулярны) $x - 2y + 3z = 9$ и $3x + y - 2z = 1$

Билет № 15

Вопрос № 1. Линейное пространство. Базис и размерность линейного пространства, координаты элемента, теорема о построении базиса, ортонормированный базис.

Вопрос №2. Линейное алгебраическое неравенство с двумя, тремя переменными. Графический способ нахождения решения.)

Вопрос №3. Определитель квадратной матрицы, правило нахождения и свойства определителя.

Задача. Решить систему линейных алгебраических уравнений, сделать проверку

$$x - 4y + 2z = -5$$

$$4x + y - 3z = -3$$

$$2x + 3y + 4z = 1$$

Билет № 16

Вопрос №1. Линейное пространство. Евклидово нормированное пространство. Метрическое пространство.

Вопрос №2. Система линейных алгебраических неравенств с двумя переменными. Графический способ исследования и нахождения решения.

Вопрос №3. Определитель квадратной матрицы, правило нахождения и свойства определителя.

Задача. Найти углы ΔABC : $A \begin{pmatrix} 2 \\ -1 \\ 3 \end{pmatrix}$, $B \begin{pmatrix} 1 \\ 1 \\ 1 \end{pmatrix}$, $C \begin{pmatrix} 0 \\ 0 \\ 5 \end{pmatrix}$

Билет № 17

Вопрос № 1. Оператор, линейный оператор. Алгебра операторов. Матрица линейного оператора.

Вопрос №2. Уравнение прямой на плоскости. Классификация видов уравнения прямой на плоскости.

Вопрос №3. Определитель квадратной матрицы, правило нахождения и свойства определителя.

Задача. Решить систему линейных алгебраических уравнений, сделать проверку

$$2x + 4y - 3z = 2$$

$$x + y + 2z = 0$$

$$3x - 2y + z = -5$$

Билет № 18

Вопрос №1. Линейный оператор. Собственные векторы и собственные значения линейного оператора. Матрица линейного оператора, задача нахождения собственных значений и собственных векторов матрицы.

Вопрос №2. Линейное алгебраическое уравнение с двумя, тремя переменными. Графический способ нахождения решения.

Вопрос №3. Определитель квадратной матрицы, правило нахождения и свойства определителя.

Задача. Найти угол между диагоналями параллелограмма, построенного на $\vec{a} = 2\vec{i} + \vec{j}$ и $\vec{b} = -2\vec{j} + \vec{k}$

Билет № 19

Вопрос № 1. Декартовы координаты. Вектор на плоскости и в пространстве, его координаты, длина, направление. Разложение вектора по базису пространства.

Вопрос №2. Система линейных алгебраических уравнений. Теорема Кронекера-Капелли. Вопрос единственности решения системы линейных алгебраических уравнений.

Вопрос №3. Уравнение прямой на плоскости. Классификация видов уравнения прямой на плоскости.

Задача. Решить систему линейных алгебраических уравнений, сделать проверку

$$\begin{aligned} 3x - y + 4z &= 2 \\ x + 2y + 3z &= 7 \\ 5x + 3y + 2z &= 8 \end{aligned}$$

Билет № 20

Вопрос №1. Декартовы координаты. Вектор на плоскости и в пространстве. Действия с векторами в геометрической и координатной форме.

Вопрос №2. Система линейных алгебраических уравнений. Формулы Крамера.

Вопрос №3. Уравнение прямой на плоскости. Классификация видов уравнения прямой на плоскости.

Задача. Найти длину хорды эллипса $x^2 + 2y^2 = 18$, делящей угол между осями пополам.

Экзаменационные билеты, комплект №2

Билет № 1

Вопрос №1. Функция. Предел функции, критерий Коши существования и теорема единственности предела функции.

Вопрос №2. Определенный интеграл. Свойства определенного интеграла.

Вопрос №3. Числовой ряд, сходимость числового ряда. Критерий Коши сходимости числового ряда, необходимое условие сходимости, достаточное условие расходимости.

Задача. Найти точки перегиба функции $f(x) = e^{-x^2}$

Билет № 2

Вопрос №1. Функция. Предел функции. Правила нахождения предела.

Вопрос №2. Интегрируемая функция, определенный интеграл. Классы интегрируемых функций.

Вопрос №3. Экстремум функции многих переменных, в том числе двух переменных. Необходимое и достаточное условие существования точки локального экстремума функции многих переменных, в том числе двух переменных.

Задача. Найти асимптоты функции $f(x) = e^{-x^2}$

Билет № 3

Вопрос № 1. Функция. Предел функции. Теоремы о локальном поведении функции.

Вопрос №2. Первообразная. Вопрос единственности первообразной. Неопределенный интеграл.

Вопрос №3. Числовой ряд с неотрицательными членами. Признаки сходимости знакоположительных числовых рядов.

Задача. Найти точки локального экстремума функции двух переменных

$$f(x, y) = 3x + 3y - x^2 - xy - y^2 + 6$$

Билет № 4

Вопрос №1. Непрерывная функция. Классификация точек разрыва. Локальные свойства непрерывных функций.

Вопрос №2. Первообразная. Неопределенный интеграл, его свойства, способы интегрирования.

Вопрос №3. Экстремум функции многих переменных, в том числе двух переменных. Необходимое и достаточное условие существования точки локального экстремума функции многих переменных, в том числе двух переменных.

Задача. Исследовать числовой ряд на абсолютную и условную сходимость

$$1 - \frac{1}{\sqrt{2}} + \frac{1}{\sqrt{3}} - \frac{1}{\sqrt{4}} + \dots$$

Билет № 5

Вопрос № 1. Непрерывная функция. Ограниченная функция. Теоремы Вейерштрасса.

Вопрос №2. Интегрируемая функция, определенный интеграл. Необходимое и достаточное условие интегрируемости ограниченной функции.

Вопрос №3. Числовой ряд, сходимость числового ряда. Критерий Коши сходимости числового ряда, необходимое условие сходимости, достаточное условие расходимости.

Задача. Найти точки локального экстремума функции двух переменных

$$f(x, y) = x^2 + y^2 - 6x - 8y + 12$$

Билет № 6

Вопрос №1. Монотонная функция. Ограниченная функция. Теорема о существовании односторонних пределов монотонной функции.

Вопрос №2. Интегрируемая функция, определенный интеграл. Геометрический смысл определенного интеграла.

Вопрос №3. Числовой ряд с неотрицательными членами. Признаки сходимости знакоположительных числовых рядов.

Задача. Найти неопределенный интеграл $\int \frac{dx}{x^2 + 4x + 5}$

Билет № 7

Вопрос № 1. Функция, обратная функция. Непрерывная функция. Монотонная функция.

Теорема о существовании и свойствах обратной функции.

Вопрос №2. Интегрируемая функция, определенный интеграл. Формула среднего значения функции.

Вопрос №3. Экстремум функции многих переменных, в том числе двух переменных. Необходимое и достаточное условие существования точки локального экстремума функции многих переменных, в том числе двух переменных.

Задача. Найти неопределенный интеграл $\int \frac{x^4 dx}{x^2 - 3}$

Билет № 8

Вопрос №1. Дифференцируемая функция, производная, дифференциал. Необходимое и достаточное условие дифференцируемости функции. Геометрический смысл производной и дифференциала.

Вопрос №2. Интеграл с переменным верхним пределом, его свойства.

Вопрос №3. Экстремум функции многих переменных. Необходимое и достаточное условие существования точки локального экстремума функции многих переменных.

Задача. Исследовать числовой ряд на абсолютную и условную сходимость

$$1 - \frac{1}{3^2} + \frac{1}{5^2} + \frac{1}{7^2} + \dots$$

Билет № 9

Вопрос № 1. Дифференцируемая функция, производная, дифференциал. Правила нахождения производной и дифференциала.

Вопрос №2. Интеграл с переменным верхним пределом. Теорема о существовании первообразной для непрерывной функции. Формула Ньютона-Лейбница.

Вопрос №3. Знакопередающийся числовой ряд, признак сходимости Лейбница. Абсолютная и условная сходимость числового ряда.

Задача. Найти точки перегиба функции $f(x) = \frac{(x-1)^2}{x^2+1}$

Билет № 10

Вопрос №1. Производная и дифференциал, в том числе высших порядков; n-дифференцируемая функция. Правила нахождения производной и дифференциала.

Вопрос №2. Несобственный интеграл, сходимость несобственного интеграла. Критерий Коши сходимости несобственного интеграла.

Вопрос №3. Экстремум функции многих переменных, в том числе двух переменных. Необходимое и достаточное условие существования точки локального экстремума функции многих переменных, в том числе двух переменных.

Задача. Найти асимптоты функции $f(x) = \frac{(x-1)^2}{x^2+1}$

Билет № 11

Вопрос № 1. Дифференцируемая функция, производная, геометрический смысл производной и дифференциала. Ограниченная функция. Теорема Ферма.

Вопрос №2. Числовой ряд, сходимость числового ряда. Критерий Коши сходимости числового ряда, необходимое условие сходимости, достаточное условие расходимости.

Вопрос №3. Определенный интеграл. Свойства определенного интеграла.

Задача. Найти несобственный интеграл $\int_0^{\infty} x e^{-x^2} dx$

Билет № 12

Вопрос №1. Дифференцируемая функция, производная, дифференциал. Геометрический смысл производной и дифференциала. Формула Лагранжа.

Вопрос №2. Алгоритм нахождения точных граней функции многих переменных, заданной на замкнутом ограниченном множестве, в том числе линейной функции многих переменных на замкнутом множестве с линейными границами.

Вопрос №3. Интеграл с переменным верхним пределом. Теорема о существовании первообразной для непрерывной функции. Формула Ньютона-Лейбница.

Задача. . Исследовать числовой ряд на абсолютную и условную сходимость

$$1 - \frac{1}{\sqrt{2}} + \frac{1}{\sqrt{3}} - \frac{1}{\sqrt{4}} + \dots$$

Билет № 13

Вопрос № 1. Непрерывная функция. Дифференцируемая функция, производная, дифференциал. Геометрический смысл производной и дифференциала. Теорема Ролля.

Вопрос №2. Условный экстремум функции многих переменных. Способы нахождения точек условного экстремума функции многих переменных.

Вопрос №3. Определенный интеграл. Свойства определенного интеграла.

Задача. Найти несобственный интеграл $\int_0^{\infty} x e^{-x^2} dx$

Билет № 14

Вопрос №1. Дифференцируемая функция, производная, дифференциал. Теорема Коши. Правило Лопиталя.

Вопрос №2. Числовой ряд с неотрицательными членами. Признаки сходимости знакоположительных числовых рядов.

Вопрос №3. Первообразная. Неопределенный интеграл, его свойства, способы интегрирования.

Задача. Найти определенный интеграл $\int_4^9 \frac{dx}{\sqrt{x}-1}$

Билет № 15

Вопрос № 1. Монотонная функция. Дифференцируемая функция. Достаточное условие возрастания и убывания функции.

Вопрос №2. Экстремум функции многих переменных, в том числе двух переменных. Необходимое и достаточное условие существования точки локального экстремума функции многих переменных, в том числе двух переменных.

Вопрос №3. Интеграл с переменным верхним пределом. Теорема о существовании первообразной для непрерывной функции. Формула Ньютона-Лейбница.

Задача. Исследовать числовой ряд на абсолютную и условную сходимость

$$1 - \frac{1}{\sqrt{2}} + \frac{1}{\sqrt{3}} - \frac{1}{\sqrt{4}} + \dots$$

Билет № 16

Вопрос №1. Локальный и краевой экстремум функции. Необходимое и достаточное условие существования точки локального экстремума.

Вопрос №2. Знакопередающийся числовой ряд, признак сходимости Лейбница. Абсолютная и условная сходимость числового ряда.

Вопрос №3. Первообразная. Неопределенный интеграл, его свойства, способы интегрирования.

Задача. Найти асимптоты функции $f(x) = e^{-x^2}$

Билет № 17

Вопрос № 1. Направление выпуклости функции. Дифференцируемая функция, n-дифференцируемая функция. Достаточное условие направления выпуклости функции.

Вопрос №2. Дифференцируемая функция многих переменных, частные производные и дифференциал функции многих переменных. Необходимое и достаточное условие дифференцируемости функции многих переменных.

Вопрос №3. Числовой ряд, сходимость числового ряда. Критерий Коши сходимости числового ряда, необходимое условие сходимости, достаточное условие расходимости.

Задача. Найти определенный интеграл $\int_4^9 \frac{dx}{\sqrt{x}-1}$

Билет № 18

Вопрос №1. Перегиб функции. Необходимое и достаточное условие существования точки перегиба.

Вопрос №2. Экстремум функции многих переменных. Необходимое и достаточное условие существования точки локального экстремума функции многих переменных.

Вопрос №3. Интеграл с переменным верхним пределом. Теорема о существовании первообразной для непрерывной функции. Формула Ньютона-Лейбница.

Задача. Исследовать числовой ряд на абсолютную и условную сходимость

$$1 - \frac{1}{3^2} + \frac{1}{5^2} - \frac{1}{7^2} + \dots$$

Билет № 19

Вопрос № 1. Асимптотическое поведение функции, необходимое и достаточное условие существования наклонной асимптоты, вертикальная асимптота.

Вопрос №2. Функция многих переменных. Предел, непрерывность, ограниченность функции многих переменных.

Вопрос №3. Интегрируемая функция, определенный интеграл. Формула среднего значения функции.

Задача. Найти точки локального экстремума функции двух переменных

$$f(x, y) = 3x + 3y - x^2 - xy - y^2 + 6$$

Билет № 20

Вопрос №1. Алгоритм исследования функции. Алгоритм нахождения наибольшего и наименьшего значений функции.

Вопрос №2. Частные производные и дифференциал, в том числе высших порядков, функции многих переменных. Теорема о неизменности значения смешанной производной.

Вопрос №3. Интегрируемая функция, определенный интеграл. Геометрический смысл определенного интеграла.

Задача. Исследовать числовой ряд на абсолютную и условную сходимость

$$1 - \frac{1}{3^2} + \frac{1}{5^2} - \frac{1}{7^2} + \dots$$

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Экзамен проходит в устной форме. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.



ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Теория и практика связей с
общественностью»***



1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1 Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм
Знать: критерии отбора вариантов решений.
Уметь: выбирать оптимальный вариант решения
Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основные направлений работ
УК-2.3 Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.3 Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-1.1 Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.
ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.
ПК-1.3 - Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
--

Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
--

Критерии оценивания:

Оценка «отлично/зачтено». Доказывает глубокое знание содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения; умение: ориентироваться на рынке маркетинговой информации; грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; осуществить анализ рыночных параметров; разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.

Оценка «хорошо/зачтено». Доказывает знание содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения; умение: ориентироваться на рынке маркетинговой информации; грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; осуществить анализ рыночных параметров; разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. Допускаются незначительные неточности в расчетах при решении практических заданий.

Оценка «удовлетворительно/зачтено». Доказывает фрагментарное содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения; умение: ориентироваться на рынке маркетинговой информации; грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; осуществить анализ рыночных параметров; разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. Допускаются ошибки в расчетах при решении практических заданий, отсутствуют ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не удовлетворительно». Отсутствуют ответы на теоретические вопросы и/или решение практических заданий. Промежуточная аттестация проводится повторно.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-2.1Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

- А. Деном Форрестолом;
- Б. Томасом Джефферсоном;
- В. Джоржем Бушем младшим;
- Г. Семом Блейком

2. Старейший специалист по PR из Сан-Франциско - Д-р Реке Харлоу под PR понимал:

А. Функцию управления, способствующую установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью;

Б. Планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью;

В. Искусство достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности

Г. Нет правильного ответа

3. Что является главной целью PR?

- А. Изменение общественного мнения;
- Б. Повышение уровня продаж;
- В. Доведение информации до потребителей;
- Г. Повышение рейтинга компании

4. Практическое задание:

Напишите должностную инструкцию для специалиста по СО, работающего в магазине спортивных товаров

5. Практическое задание:

Разработайте примерную программу действий торговой сети, выходящую на рынок в новом регионе

6. Продолжите фразу: самым «молодым» из существующих СМИ является...

7. Продолжите фразу: Журналист из числа приглашенных, который будет делать материал по итогам пресс-конференции - это...

8. Практическая ситуация

На вашем предприятии произошла крупная техногенная авария. Факт аварии

отобразили в своих новостях большинство СМИ.

Определите вопросы, на которые стоит обратить внимание в ситуации данного кризиса. Как будет выглядеть ваше (руководителя отдела по связям с общественностью) обращение к журналистам? Какую информацию вы им дадите? Кто перед ними будет выступать? Где? Когда?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Что такое клиппинг?

- А. Копирование определенных статей в прессе по классификатору с указанием источника и времени выхода;
- Б. Перевод массовой текстовой информации в количественные показатели с последующей статистической обработкой;
- В. Дайджестирование по определенной проблематике материалов прессы в форме «синтез-аннотация» с указанием источника и времени выхода;
- Г. Нет правильного ответа

2. С чего начинается контент-анализ?

- А. Выявление смысловых единиц;
- Б. Перевода массовой текстовой информации в количественные показатели;
- В. Опроса общественного мнения;
- Г. Нет правильного ответа.

3. Ньюсмейкер на пресс-конференции — это:

- А. Модератор пресс-конференции;
- Б. Журналист из числа приглашенных, который будет делать материал по итогам пресс-конференции;
- В. Носитель информации;
- Г. PR-менеджер, который является организатором пресс-конференции

4. Основная задача PR-служб государственных структур:

- А. Грамотно управлять общественным мнением;
 - Б. Вовремя обрабатывать большие потоки информации и подготавливать для руководителя речи выступлений;
 - В. Оперативно доводить до СМИ и аудитории важную информацию;
-

Г. На основании проведенных исследований предоставлять руководству консультации по работе с населением;

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...

7. Продолжите фразу: Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ – это ...

8. Практическая ситуация

Вы работает в PR-службе коммерческого банка, осуществляющего крупноразмерное долгосрочное кредитование, Основа капитала банка – частные вклады. В последнее время в связи с инфляцией и общей неблагоприятной финансовой ситуацией в стране среди вкладчиков возникло беспокойство. Некоторые из них уже забирают свои вклады и положение становится тревожным.

Ваша задача – разработать план информационной кампании с использованием СМИ с целью успокоения общественного мнения и поддержания репутации банка как места надежного помещения вкладов.

УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм
Знать: критерии отбора вариантов решений.
Уметь: выбирать оптимальный вариант решения
Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основные направлений работ

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Главное отличие PR от рекламы в том, что ...

- А. PR ориентирован на продвижение на рынке;
- Б. PR ориентирован на продвижение в обществе;
- В. PR ориентирован на продвижение товара;
- Г. PR ориентирован на продвижение идеи

2. Первые представления о связях с общественностью зародились в ...

- А. Англии;

- Б. США;
- В. Франции;
- Г. России

3. Паблисити – это ...

- А. База информационных средств массовой информации (СМИ);
- Б. Исследование рынка потребительских услуг;
- В. Технология разработки рекламных текстов;
- Г. Создание популярности, известности

4. Практическое задание:

Прочитайте текст. Определите, его вид (рекламный или PR-текст, жанр текста). Обоснуйте свой ответ.

Текст для анализа

Мной было замечено, что применение бальзама положительно влияет на иммунитет. Известно, что большинство заболеваний связано со стрессами, плохой экологией, сезонными переменами. Особенно сильно, подвержены заболеваниям люди пожилого возраста. Бальзам «Биомед» обладает широким спектром положительных воздействий на организм человека, натуральные вещества, входящие в состав бальзама, способствует активации скрытых резервов организма и практически не имеют противопоказаний.

Максимальный эффект достигается при одновременном использовании бальзама внутрь и наружно. Бальзам «Биомед» просто незаменим в период, при лечении тяжелых заболеваний и химиотерапии. Эффективность и безопасность бальзама обусловлена тем, что в его состав входят только натуральные компоненты, дарованные самой природой.

Бальзам «Биомед» прошел все экспертные и эпидемиологические экспертизы.

5. Практическое задание:

Ознакомьтесь с представленным ниже слоганом. Изучите и оцените его по следующим параметрам: уровень распознавания (что рекламируется), уровень понимания, уровень запоминания, уровень доверия, уровень оригинальности (креативная идея)

Слоган для анализа: «Мы обуем всю страну» (Фабрика обуви)

6. Продолжите фразу: Ньюсмейкер на пресс-конференции — это ...

7. Продолжите фразу: Краткое выражение функции, которую организация или проект пытаются выполнить в обществе - это...

8. Практическая ситуация

Описание ситуации: в результате нелегальной международной торговли рогом носорога этот вид животных исчезнет в течение 10 лет. Общественная инициатива Forever Wild решила донести сообщение о возникшей критической ситуации с

носорогами и призвать общественность подписать петицию, которая будет представлена на Конгрессе США.

Задания:

1. Определите целевые аудитории воздействия и обоснуйте свой выбор.
2. Определите основные каналы коммуникации и обоснуйте их выбор.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Старейшей организацией в области связей с общественностью является

- A. Международная Ассоциация бизнес-коммуникаторов – IABC;
- Б. Международная Организация компаний-консультантов в области коммуникаций ИККО (ICCO);
- В. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA);
- Г. Нет правильного ответа

2. Какой из подходов не используется пиарменами при определении целевых групп общественности?

- A. Географический;
- Б. Демографический;
- В. Психографический;
- Г. Нет правильного ответа

3. В каком году был принят Афинский кодекс PR (ИПРА)?

- A. 1965;
- Б. 1968;
- В. 1969;
- Г. Нет правильного ответа

4. Кейс-история – это...

- A. Факт-лист;
- Б. Сообщение опыта фигуранта по решению какой-либо проблемы;
- В. Авторская статья для печати в прессе;

Г. Нет правильного ответа

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...

7. Продолжите фразу: Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ – это ...

8. Практическая ситуация

Вы работаете в PR-службе коммерческого банка, осуществляющего крупноразмерное долгосрочное кредитование. Основа капитала банка – частные вклады. В последнее время в связи с инфляцией и общей неблагоприятной финансовой ситуацией в стране среди вкладчиков возникло беспокойство. Некоторые из них уже забирают свои вклады и положение становится тревожным.

Ваша задача – разработать план информационной кампании с использованием СМИ с целью успокоения общественного мнения и поддержания репутации банка как места надежного помещения вкладов.

УК-2.3 Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Историю компании (корпоративную легенду) обычно:

А. Выдумывают или «додумывают» в целях сделать компанию более основательной в глазах общественности;

Б. Представляют аудитории так, как это было на самом деле;

В. Не считают важным элементом в PR-деятельности компании;

Г. Нет правильного ответа

2. Миссия как элемент корпоративной культуры организации это:

А. совокупность графических, цветовых, аудио- и видео-приемов, которые обеспечивают единство повседневного рабочего пространства, продуктов и «рекламных мероприятий организации или проекта;

Б. Описание корпорации в перспективе, причем в лучшем положении, чем она находится в настоящее время;

В. Краткое выражение функции, которую организация или проект пытаются выполнить в обществе;

Г. Нет правильного ответа.

3. В случае внезапного кризиса у компании есть:

А. Два месяца на ликвидацию основных коммуникационных последствий кризиса;

Б. Несколько часов на то, чтобы сделать заявление для общественности;

В. Одна неделя, в течение которой необходимо продемонстрировать активную работу по преодолению кризиса, потом событие «перекрывается» новыми происшествиями;

Г. Нет правильного ответа

4. Практическое задание:

Напишите должностную инструкцию для специалиста по СО, работающего в магазине спортивных товаров

5. Практическое задание:

Разработайте примерную программу действий торговой сети, выходящую на рынок в новом регионе

6. Продолжите фразу: самым «молодым» из существующих СМИ является...

7. Продолжите фразу: Журналист из числа приглашенных, который будет делать материал по итогам пресс-конференции - это...

8. Практическая ситуация

На вашем предприятии произошла крупная техногенная авария. Факт аварии отобразили в своих новостях большинство СМИ.

Определите вопросы, на которые стоит обратить внимание в ситуации данного кризиса. Как будет выглядеть ваше (руководителя отдела по связям с общественностью) обращение к журналистам? Какую информацию вы им дадите? Кто перед ними будет выступать? Где? Когда?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. С чего начинается контент-анализ?

- А. Выявление смысловых единиц;
- Б. Перевода массовой текстовой информации в количественные показатели;
- В. Опроса общественного мнения;
- Г. Нет правильного ответа.

2. Метод исследований, применяемый для анализа ряда печатных, аудио- или видеоматериалов, позволяющий оценить частотность их обнародования, эмоциональную тональность и т.д.:

- А. Коммуникационный аудит;
- Б. Контент-анализ;
- В. Интервью;
- Г. Ситуационный анализ

3. Что из перечисленного не является признаком общественного мнения?

- А. Неопределенность;
- Б. Направленность;
- В. Интенсивность;
- Г. Информационная насыщенность

4. Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ называется:

- А. Черный PR;
- Б. Клевета;
- В. Желтый PR;
- Г. Красный PR

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...

7. Продолжите фразу: Целенаправленное распространение негативной

информации в СМИ – это ...

8. Практическая ситуация

Вы работает в PR-службе коммерческого банка, осуществляющего крупноразмерное долгосрочное кредитование, Основа капитала банка – частные вклады. В последнее время в связи с инфляцией и общей неблагоприятной финансовой ситуацией в стране среди вкладчиков возникло беспокойство. Некоторые из них уже забирают свои вклады и положение становится тревожным.

Ваша задача – разработать план информационной кампании с использованием СМИ с целью успокоения общественного мнения и поддержания репутации банка как места надежного помещения вкладов.

УК-3.3 Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Что такое клиппинг?

- А. Копирование определенных статей в прессе по классификатору с указанием источника и времени выхода;
- Б. Перевод массовой текстовой информации в количественные показатели с последующей статистической обработкой;
- В. Дайджестирование по определенной проблематике материалов прессы в форме «синтез-аннотация» с указанием источника и времени выхода;
- Г. Нет правильного ответа

2. С чего начинается контент-анализ?

- А. Выявление смысловых единиц;
- Б. Перевода массовой текстовой информации в количественные показатели;
- В. Опроса общественного мнения;
- Г. Нет правильного ответа.

3. Ньюсмейкер на пресс-конференции — это:

- А. Модератор пресс-конференции;
- Б. Журналист из числа приглашенных, который будет делать материал по итогам пресс-конференции;

В. Носитель информации;

Г. PR-менеджер, который является организатором пресс-конференции

4. Основная задача PR-служб государственных структур:

А. Грамотно управлять общественным мнением;

Б. Вовремя обрабатывать большие потоки информации и подготавливать для руководителя речи выступлений;

В. Оперативно доводить до СМИ и аудитории важную информацию;

Г. На основании проведенных исследований предоставлять руководству консультации по работе с населением;

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...

7. Продолжите фразу: Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ – это ...

8. Практическая ситуация

Вы работаете в PR-службе коммерческого банка, осуществляющего крупноразмерное долгосрочное кредитование. Основа капитала банка – частные вклады. В последнее время в связи с инфляцией и общей неблагоприятной финансовой ситуацией в стране среди вкладчиков возникло беспокойство. Некоторые из них уже забирают свои вклады и положение становится тревожным.

Ваша задача – разработать план информационной кампании с использованием СМИ с целью успокоения общественного мнения и поддержания репутации банка как места надежного помещения вкладов.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Информирование общественности по вопросам изменения законодательства является задачей:

А. Бизнес-PR;

Б. Государственного PR;

В. Социального PR;

Г. Нет правильного ответа

2. Миссия как элемент корпоративной культуры организации это:

А. совокупность графических, цветовых, аудио- и видео-приемов, которые обеспечивают единство повседневного рабочего пространства, продуктов и «рекламных мероприятий организации или проекта;

Б. Описание корпорации в перспективе, причем в лучшем положении, чем она находится в настоящее время;

В. Краткое выражение функции, которую организация или проект пытаются выполнить в обществе;

Г. Нет правильного ответа.

3. В случае внезапного кризиса у компании есть:

А. Два месяца на ликвидацию основных коммуникационных последствий кризиса;

Б. Несколько часов на то, чтобы сделать заявление для общественности;

В. Одна неделя, в течение которой необходимо продемонстрировать активную работу по преодолению кризиса, потом событие «перекрывается» новыми происшествиями;

Г. Нет правильного ответа

4. Практическое задание:

Напишите должностную инструкцию для специалиста по СО, работающего в магазине спортивных товаров

5. Практическое задание:

Разработайте примерную программу действий торговой сети, выходящую на рынок в новом регионе

6. Продолжите фразу: самым «молодым» из существующих СМИ является...

7. Продолжите фразу: Журналист из числа приглашенных, который будет делать материал по итогам пресс-конференции - это...

8. Практическая ситуация

На вашем предприятии произошла крупная техногенная авария. Факт аварии отобразили в своих новостях большинство СМИ.

Определите вопросы, на которые стоит обратить внимание в ситуации данного кризиса. Как будет выглядеть ваше (руководителя отдела по связям с общественностью) обращение к журналистам? Какую информацию вы им дадите? Кто перед ними будет выступать? Где? Когда?

ПК-1.1 Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

- А. Деном Форрестолом;
- Б. Томасом Джефферсоном;
- В. Джоржем Бушем младшим;
- Г. Семом Блейком

2. Старейший специалист по PR из Сан-Франциско - Д-р Реке Харлоу под PR понимал:

- А. Функцию управления, способствующую установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью;
- Б. Планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью;
- В. Искусство достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности
- Г. Нет правильного ответа

3. Что является главной целью PR?

- А. Изменение общественного мнения;
- Б. Повышение уровня продаж;
- В. Доведение информации до потребителей;
- Г. Повышение рейтинга компании

4. Практическое задание:

Напишите должностную инструкцию для специалиста по СО, работающего в

магазине спортивных товаров

5. Практическое задание:

Разработайте примерную программу действий торговой сети, выходящую на рынок в новом регионе

6. Продолжите фразу: самым «молодым» из существующих СМИ является...

7. Продолжите фразу: Журналист из числа приглашенных, который будет делать материал по итогам пресс-конференции - это...

8. Практическая ситуация

На вашем предприятии произошла крупная техногенная авария. Факт аварии отобразили в своих новостях большинство СМИ.

Определите вопросы, на которые стоит обратить внимание в ситуации данного кризиса. Как будет выглядеть ваше (руководителя отдела по связям с общественностью) обращение к журналистам? Какую информацию вы им дадите? Кто перед ними будет выступать? Где? Когда?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Что такое клиппинг?

А. Копирование определенных статей в прессе по классификатору с указанием источника и времени выхода;

Б. Перевод массовой текстовой информации в количественные показатели с последующей статистической обработкой;

В. Дайджестирование по определенной проблематике материалов прессы в форме «синтез-аннотация» с указанием источника и времени выхода;

Г. Нет правильного ответа

2. С чего начинается контент-анализ?

А. Выявление смысловых единиц;

Б. Перевода массовой текстовой информации в количественные показатели;

В. Опроса общественного мнения;

Г. Нет правильного ответа.

3. Ньюсмейкер на пресс-конференции — это:

А. Модератор пресс-конференции;

Б. Журналист из числа приглашенных, который будет делать материал по итогам пресс-конференции;

В. Носитель информации;

Г. PR-менеджер, который является организатором пресс-конференции

4. Основная задача PR-служб государственных структур:

А. Грамотно управлять общественным мнением;

Б. Вовремя обрабатывать большие потоки информации и подготавливать для руководителя речи выступлений;

В. Оперативно доводить до СМИ и аудитории важную информацию;

Г. На основании проведенных исследований предоставлять руководству консультации по работе с населением;

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...

7. Продолжите фразу: Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ – это ...

8. Практическая ситуация

Вы работает в PR-службе коммерческого банка, осуществляющего крупноразмерное долгосрочное кредитование, Основа капитала банка – частные вклады. В последнее время в связи с инфляцией и общей неблагоприятной финансовой ситуацией в стране среди вкладчиков возникло беспокойство. Некоторые из них уже забирают свои вклады и положение становится тревожным.

Ваша задача – разработать план информационной кампании с использованием СМИ с целью успокоения общественного мнения и поддержания репутации банка как места надежного помещения вкладов.

ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Главное отличие PR от рекламы в том, что ...

- А. PR ориентирован на продвижение на рынке;
- Б. PR ориентирован на продвижение в обществе;
- В. PR ориентирован на продвижение товара;
- Г. PR ориентирован на продвижение идеи

2. Первые представления о связях с общественностью зародились в ...

- А. Англии;
- Б. США;
- В. Франции;
- Г. России

3. Паблисити – это ...

- А. База информационных средств массовой информации (СМИ);
- Б. Исследование рынка потребительских услуг;
- В. Технология разработки рекламных текстов;
- Г. Создание популярности, известности

4. Практическое задание:

Прочитайте текст. Определите, его вид (рекламный или PR-текст, жанр текста). Обоснуйте свой ответ.

Текст для анализа

Мной было замечено, что применение бальзама положительно влияет на иммунитет. Известно, что большинство заболеваний связано со стрессами, плохой экологией, сезонными переменами. Особенно сильно, подвержены заболеваниям люди пожилого возраста. Бальзам «Биомед» обладает широким спектром положительных воздействий на организм человека, натуральные вещества, входящие в состав бальзама, способствует активации скрытых резервов организма и практически не имеют противопоказаний.

Максимальный эффект достигается при одновременном использовании бальзама внутрь и наружно. Бальзам «Биомед» просто незаменим в период, при лечении тяжелых заболеваний и химиотерапии. Эффективность и безопасность бальзама обусловлена тем, что в его состав входят только натуральные компоненты, дарованные самой природой.

Бальзам «Биомед» прошел все экспертные и эпидемиологические экспертизы.

5. Практическое задание:

Ознакомьтесь с представленным ниже слоганом. Изучите и оцените его по следующим параметрам: уровень распознавания (что рекламируется), уровень понимания, уровень запоминания, уровень доверия, уровень оригинальности (креативная идея)

Слоган для анализа: «Мы обуем всю страну» (Фабрика обуви)

6. Продолжите фразу: Ньюсмейкер на пресс-конференции — это ...

7. Продолжите фразу: Краткое выражение функции, которую организация или проект пытаются выполнить в обществе - это...

8. Практическая ситуация

Описание ситуации: в результате нелегальной международной торговли рогом носорога этот вид животных исчезнет в течение 10 лет. Общественная инициатива Forever Wild решила донести сообщение о возникшей критической ситуации с носорогами и призвать общественность подписать петицию, которая будет представлена на Конгрессе США.

Задания:

1. Определите целевые аудитории воздействия и обоснуйте свой выбор.
2. Определите основные каналы коммуникации и обоснуйте их выбор.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Старейшей организацией в области связей с общественностью является

- А. Международная Ассоциация бизнес-коммуникаторов – IABC;
- Б. Международная Организация компаний-консультантов в области коммуникаций ИККО (ICCO);
- В. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA);
- Г. Нет правильного ответа

2. Какой из подходов не используется пиарменами при определении целевых групп общественности?

- А. Географический;
- Б. Демографический;
- В. Психологический;
- Г. Нет правильного ответа

3. В каком году был принят Афинский кодекс PR (ИПРА)?

- А.1965;
- Б. 1968;
- В. 1969;
- Г. Нет правильного ответа

4. Кейс-история – это...

- А. Факт-лист;
- Б.Сообщение опыта фигуранта по решению какой-либо проблемы;
- В. Авторская статья для печати в прессе;
- Г. Нет правильного ответа

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...

7. Продолжите фразу: Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ – это ...

8. Практическая ситуация

Вы работает в PR-службе коммерческого банка, осуществляющего крупноразмерное долгосрочное кредитование, Основа капитала банка – частные вклады. В последнее время в связи с инфляцией и общей неблагоприятной финансовой ситуацией в стране среди вкладчиков возникло беспокойство. Некоторые из них уже забирают свои вклады и положение становится тревожным.

Ваша задача – разработать план информационной кампании с использованием СМИ с целью успокоения общественного мнения и поддержания репутации банка как места надежного помещения вкладов.

ПК-1.3 - Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. PR-это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между:

- А. Организацией и службами рекламы;
- Б. Организацией и средствами массовой информации;
- В. Организацией и ее общественностью;
- Г. Организацией и службами PR

2. Миссия как элемент корпоративной культуры организации это:

А. совокупность графических, цветовых, аудио- и видео-приемов, которые обеспечивают единство повседневного рабочего пространства, продуктов и «рекламных мероприятий организации или проекта;

Б. Описание корпорации в перспективе, причем в лучшем положении, чем она находится в настоящее время;

В. Краткое выражение функции, которую организация или проект пытаются выполнить в обществе;

Г. Нет правильного ответа.

3. В случае внезапного кризиса у компании есть:

А. Два месяца на ликвидацию основных коммуникационных последствий кризиса;

Б. Несколько часов на то, чтобы сделать заявление для общественности;

В. Одна неделя, в течение которой необходимо продемонстрировать активную работу по преодолению кризиса, потом событие «перекрывается» новыми происшествиями;

Г. Нет правильного ответа

4. Практическое задание:

Напишите должностную инструкцию для специалиста по СО, работающего в магазине спортивных товаров

5. Практическое задание:

Разработайте примерную программу действий торговой сети, выходящую на рынок в новом регионе

6. Продолжите фразу: самым «молодым» из существующих СМИ является...

7. Продолжите фразу: Журналист из числа приглашенных, который будет делать материал по итогам пресс-конференции - это...

8. Практическая ситуация

На вашем предприятии произошла крупная техногенная авария. Факт аварии отобразили в своих новостях большинство СМИ.

Определите вопросы, на которые стоит обратить внимание в ситуации данного кризиса. Как будет выглядеть ваше (руководителя отдела по связям с общественностью) обращение к журналистам? Какую информацию вы им дадите? Кто перед ними будет выступать? Где? Когда?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. С чего начинается контент-анализ?

- А. Выявление смысловых единиц;
- Б. Перевода массовой текстовой информации в количественные показатели;
- В. Опроса общественного мнения;
- Г. Нет правильного ответа.

2. Метод исследований, применяемый для анализа ряда печатных, аудио- или видеоматериалов, позволяющий оценить частотность их обнародования, эмоциональную тональность и т.д.:

- А. Коммуникационный аудит;
- Б. Контент-анализ;
- В. Интервью;
- Г. Ситуационный анализ

3. Что из перечисленного не является признаком общественного мнения?

- А. Неопределенность;
- Б. Направленность;
- В. Интенсивность;
- Г. Информационная насыщенность

4. Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ называется:

А. Черный PR;

Б. Клевета;

В. Желтый PR;

Г. Красный PR

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...

7. Продолжите фразу: Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ – это ...

8. Практическая ситуация

Вы работает в PR-службе коммерческого банка, осуществляющего крупноразмерное долгосрочное кредитование, Основа капитала банка – частные вклады. В последнее время в связи с инфляцией и общей неблагоприятной финансовой ситуацией в стране среди вкладчиков возникло беспокойство. Некоторые из них уже забирают свои вклады и положение становится тревожным.

Ваша задача – разработать план информационной кампании с использованием СМИ с целью успокоения общественного мнения и поддержания репутации банка как места надежного помещения вкладов.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Основы теории коммуникации»***



1. *Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания*

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм
Знать: критерии отбора вариантов решений.
Уметь: выбирать оптимальный вариант решения.
Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основные направлений работ
Показатель оценивая: владеет навыками разработки планов, определения целевых этапов и основные направлений работ
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.3 Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
Показатель оценивая: владеет навыками планирования и управления временем
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.1 Понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;
Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
Показатель оценивая: владеет навыками устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
УК-4.2 Применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: владеет навыками устной и письменной деловой коммуникации
УК-5.Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1 Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
Уметь: осуществлять межкультурную коммуникации.

Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов исторического развития
Показатель оценивая: владеет навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов исторического развития
УК-5.2 Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Показатель оценивая: владеет навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
УК-5.3 Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Показатель оценивая: владеет навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
ПК-4. Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-4.1 Понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Знает: основы теории коммуникации, основные подходы и концепции современной коммуникативистики
Умеет: применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности.
Владеет: методами исследований в области коммуникативистики.
Показатель оценивая: владеет методами исследований в области коммуникативистики
ПК-4.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Знать: структурные элементы российской системы средств массовой информации, экономических и правовых основ их деятельности;
Уметь: ориентироваться в структуре и функциях редакций средств массовой информации, особенностях работы в разных типах СМИ;
Владеть: навыками разработки коммуникативной стратегии организации.
Показатель оценивая: владеет навыками разработки коммуникативной стратегии организации
ПК-4.3 Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Знать: основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

Владеть: навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры
Показатель оценивая: владеет навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры

Шкала оценивания – для зачета с оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

2. Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм
Знать: критерии отбора вариантов решений.
Уметь: выбирать оптимальный вариант решения.
Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основных направлений работ
Показатель оценивая: владеет навыками разработки планов, определения целевых этапов и основных направлений работ

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Под коммуникацией в широком смысле понимается....?

А. Система, в которой осуществляется взаимодействие, процесс взаимодействия, способы общения

Б. Теория алгоритмов, теория автоматов, исследование операций

В. «Человек – компьютер»

2. Семиотика исследует:....?

А. Особенности общения различных социальных групп

Б. Свойства знаков и знаковых систем в обществе, человеке, природе

В. Механизм функционирования обратной связи коммуникатора с коммуникантом

3. Социология изучает:....?

А. Общие принципы создания систем управления

Б. Нарушения речи у человека

В. Экономические профессиональные интересы

Г. Особенности общения различных социальных групп

4. Социоллингвистика исследует:....?

А. Прагматическую функцию речевой коммуникации

Б. Механизм превращения информации в основной элемент коммуникативной системы

В. Проблемы, связанные с социальной природой языка

5. Этнография изучает:....?

А. Бытовые и культурологические особенности коммуникации как общения в этнических сообществах

Б. Идеи социального конструктивизма

В. Методологические основы коммуникации

Г. Это наука про мамонтов

6. Упорядоченное множество утверждений, фактов или идей, представляющих обоснованное суждение или результат эксперимента, которые передаются другим через средства коммуникации в определенной систематической форме – это

1) информация

2) знание

3) база данных

4) коммуникация

7. Дайте определение

Коммуникология – это наука _____

8. Дайте определение

Механизм социальной коммуникации это –

Вариант 2

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Великие ораторы древности это...?

А. Софокл, Плутарх

Б. Платон, Сократ

В. Демосфен, Цицерон

Г. Спилберг, Тарантино

2. До возникновения печатной техники «газеты» создавались по средствам...?

А. Дублирования берестяных свитков

Б. Оттисков с обожженных глиняных плиток

В. Ловили домашних животных, писали на них заметки и отпускали к хозяевам

3. Печатные газеты появились...?

- А. в начале XVII века
- Б. в начале XVIII века
- В. в конце XVI века
- Г. в XX веке

4. Телевидение было изобретено...?

- А. В середине XX века
- Б. В конце XX века
- В. В начале XIX века

5. Коммуникация стала осуществляться на расстоянии на ранней стадии развития общества, через...?

- А. Интернет
- Б. Систему массовых коммуникаций
- В. Систему знаковых сигналов
- Г. Телеграф

6. Выберите правильные высказывания:

- 1) и семья, и религия, и формы хозяйственной активности и политической власти - все это не дано «от природы», но возникло в результате человеческой деятельности и взаимодействия.
- 2) формы социальной жизни животных обусловлены инстинктами, а потому, фактически, не меняются;
- 3) формы же социальной жизни людей конструируются людьми, пусть в большинстве случаев стихийно и нецеленаправленно; и отличаются вариативностью и изменчивостью;
- 4) социальная коммуникация как универсальный социокультурный механизм, ориентируется на взаимодействие социальных субъектов, на производство и динамику социокультурных норм и образцов социального взаимодействия.

7. Ассоциативными уровнями корпоративной символики являются:

- 1) содержательные ассоциации;
- 2) культуральные ассоциации;
- 3) религиозные ассоциации;
- 4) эмоциональные ассоциации.

8. Основные требования, предъявляемые к иллюстрациям и другим бессловесным элементам рекламной коммуникации, заключаются в следующем:

- 1) Они должны быть ориентированы на личную выгоду читателя или зрителя.
- 2) Представлять рекламу или услугу целиком или частично.
- 3) Иметь непосредственное отношение к товару или к теме обращения.
- 4) Быть рассчитаны на понимание читателя или зрителя.
- 5) Быть точными и достоверными.
- 6) Они должны быть, по возможности, выполнены в цвете.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.3 Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оцен-
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
Показатель оценивая: владеет навыками планирования и управления временем

Вариант 1

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. История развития коммуникаций претерпела три коммуникативные революции:...?

- А. Изобретение письменности, изготовление печатного станка, внедрение электронных массмедиа
- Б. Приручение собаки, изобретение колеса, создание сотовой связи
- В. Изобретение шариковой ручки, изготовление бумаги, создание службы доставки пиццы

2. «Информационное общество» это...?

- А. новый этап человеческой цивилизации
- Б. Общество начала XX века
- В. общество с ограниченной ответственностью
- Г. Модель коммуникации

3. Что в большей мере составляет основу коммуникации...?

- А. Язык
- Б. Конструкция
- В. Речь
- Г. Система сигналов

4. Дискурс – это...?

- А. Рассуждение, довод. Является видом речевой коммуникации, ориентированной на осуждение и обоснование любых значимых аспектов действий, мнений и высказываний
- Б. Господствующий. Главенствующая идея, важная часть чего-нибудь
- В. Так называется курс социальной философии

5. Коммуникант – это...?

- А. Система условных знаков
- Б. Любая из сторон процесса коммуникации
- В. Украшение на кителе офицера
- Г. Краткие данные об авторе, надпись

6. Существуют следующие основные модели рекламного текста:

- 1) Модель описание-перечисление – последовательное перечисление свойств, качеств, характеристик предмета рекламы и той пользы, которую получит потребитель, если последует совету рекламы.
- 2) Модель объяснение – содержит ответ на вопрос, поставленный или подразумеваемый автором текста, почему предмет рекламы отвечает потребностям потребителя и каким образом свойства и качества этого предмета делают его полезным или выгодным.
- 3) Модель проблема-решение показывает, как проблема или определенная жизненная трудность находят свое разрешение, если потребитель воспользуется данным товаром или услугой. Эта модель наиболее часто используется в рекламной практике.
- 4) Модель рассказ-характеристика – обстоятельное, подробное повествование о рекламодателе.

7. Ситуационная задача

Проанализируйте себя как члена и как лидера группы с точки зрения сформированности коммуникативных навыков.

8. Ситуационная задача

Сделайте ролевой анализ коммуникации героев фильмов «Особенности национальной охоты», «Операция «Б» или других, где представлены группы.

Вариант 2

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Реципиент – это...?

- А. Предприниматель, занимающийся операциями с недвижимостью
- Б. Процесс самопознания субъектом внутренних психических актов

В. Сторона принимающая сообщение и реагирующая на него

Г. Происшествие, столкновение

2. Общение – это...?

А. Состояние, характеризующееся эмоциональной неустойчивостью

Б. Межличностное взаимодействие людей

В. Строго научная теория

Г. Примитивная политическая тактика заигрывания

3. Особенностью массовой коммуникации является ...?

А. Минимальное, замкнутое расстояние передачи

Б. Публичный характер и открытость

В. Прямая обратная связь

4. Внутриорганизационные коммуникации это...?

А. Интеракции в пределах организации

Б.Связи любой социальной системы с внешними образованиями

В. Смоделированный в речи, связный текст

5. По степени организованности коммуникации подразделяются на ...?

А. Случайные и организованные

Б. Контактные и бесконтактные

В. Латентные и легитимные

6. На начальной стадии выбора средств рекламы важно найти ответы на следующие вопросы:

1) Что рекламируется?

2) Кого хотим охватить рекламной информацией?

3) Где они находятся?

4) Что представляет собой обращение?

5) Когда размещать обращение?

7. Подготовка печатной рекламы (для нее используется также термин «рекламно-коммерческая литература») предполагает сбор сведений, необходимых для включения в рекламное средство. Эти сведения сводятся к следующему.

1) Перечень фотографий, рисунков и прочих иллюстраций, которые желательно использовать.

2) Краткое изложение предполагаемого текста с указанием выгод для заказчика с точки зрения обоснования в пользу совершения покупки; например, домохозяйка покупает не пылесос, а чистоту в доме.

3) Качественный бриф;

4) Подборка технических сведений типа таблиц и рабочих характеристик.

8. Ситуационная задача

Вы присутствуете на научной конференции (например, студенческой). Такое коммуникативное событие может быть описано с точки зрения моделей официального общения, различающихся регламентом и характером

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.1 Понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации

Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;

Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации

Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках

Показатель оценивая: владеет навыками устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках

Вариант 1

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В зависимости от направления потока информации коммуникации подразделяются на ...?

- А. Плоские и выпуклые
- Б. Ровные и неровные
- В. Горизонтальные и вертикальные

2. В зависимости от используемых знаковых систем коммуникации подразделяются на ...?

- А. Вербальные и невербальные
- Б. Кириллицу и KOI8 – R
- В. Иконические и символные

3. Диалог это: ...?

- А. Разновидность спора
- Б. Двухсторонний обмен информацией между людьми
- В. Авторитарное совещание

4. Дискуссия это: ...?

- А. Разновидность спора
- Б. Прием по личным вопросам
- В. Встреча с журналистами

5. Брифинг это: ...?

- А. Встреча с журналистами для краткого сообщения о деятельности
- Б. Двухсторонний обмен информацией между людьми
- В. Визуальная коммуникация

6. Дайте определение:

Презентация - это _____

7. Ситуационная задача

Существует проблема коммуникативной компетентности личности, которая в профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью приобретает особое значение. Как эта сторона личности реализуется в сфере профессиональной деятельности? Проанализируйте сложившуюся ситуацию на рынке труда и сформулируйте свое представление о коммуникативной компетентности PR-специалиста.

8. Ситуационная задача

На лекции студент, в основном, воспринимает вербальную информацию. На примере своей учебной деятельности в НГУЭУ проанализируйте особенности основной модели передачи информации на лекциях. Как может изменяться модель, если преподаватель использует на лекции технические средства обучения (например, компьютерную презентацию)?

Вариант 2

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Коммуникативно-предметное поле – это:

- А. Коды и каналы коммуникации;
- Б. Вещи, которые говорят;
- В. Интерпертация "по установке";
- Г. Поле исследований коммуникации.

2. Айсстоперы в рекламе выражаются в виде:

- А. Грамматических ошибок;
- Б. Светового табло;
- В. Непонятных символов;
- Г. Ростовых корпоративных героев.

3. Известный текстовик Дж. Кейплс предлагал правила хорошего заголовка, основные из них следующие:

- А. В каждом заголовке должен быть мотив личной выгоды. Он внушает, что здесь есть что-то для него, читателя, необходимое.
- Б. Если есть новость – подать ее в заголовке с размахом.
- В. Заголовок должен возбуждать любопытство, но только в сочетании с новостью или личной выгодой.
- Г. Заголовок должен носить бодрый, позитивный характер.

4. Семиотика – это наука:

- А. О смысле высказывания;
- Б. О знаках;
- В. О жестах;
- Г. Об аргументации сообщения.

5. С домом ассоциируется символ:

- А. Треугольника;
- Б. Круга;
- В. Квадрата;
- Г. Трепещии.

6. Системность как обязательное свойство знака предполагает:

- 1) наличие хотя бы двух взаимосвязанных элементов;
- 2) частое, систематическое употребление того или иного знака;
- 3) сходство одного знака с другим;
- 4) цепочку однородных знаков.

7. Запишите интервью из радио или телевизионной передачи. Обратите внимание на тактику дававшего интервью и на то, как интервьюер пытался получать ответы. Насколько успешно прошло общение с одной и с другой стороны.

8. Опишите прагматику светофора.

При объяснении понятия прагматика в качестве простейшего примера знаковой системы часто приводят систему дорожной сигнализации — светофор. Эта система имеет три знака: красный, означающий «Остановиться!», зеленый — «Можно ехать!» и желтый — «Приготовиться к движению (или остановке)!»

УК-4.2 Применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности

Показатель оценивания: владеет навыками устной и письменной деловой коммуникации

Вариант 1

1. В чем заключаются плюсы и минусы телевидения как канала СМИ? Назовите параметры классификации ТВ.
2. В чем заключаются плюсы и минусы радио как канала СМИ? По каким признакам классифицируют радио?
3. Для чего служит инфраструктура СМИ? Какие организации представляют информационные службы инфраструктуры СМИ?
4. Что такое профессиональная этика? На каких уровнях реализуются нормы этического поведения журналистов?
5. Определите регионы, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМИ. Назовите возможные причины такого положения в этих регионах.
6. Определите страны, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМИ. Назовите возможные причины такого положения в этих странах.
7. Составьте «карту» системы СМИ любого региона по желанию. Найдите данные статистики СМИ по области (региону), проанализируйте данную статистику. Какие качественные и количественные данные можно получить из этой статистики? Что статистика не показывает? Почему в некоторых источниках говорится, что большая часть СМИ в России — это медиа, которые принадлежат государству? Ответ обоснуйте.
8. Дайте классификацию источников законодательства о СМИ. Какой нормативно-правовой акт имеет характер структурообразующего?

Вариант 2

1. **Общепринятый термин «газета» в журналистике стал применяться благодаря издателю _____.**
2. **Первый в мире, зарегистрированный журнал – «Журнал ученого» (Париж), издавался с _____ года.**
3. **Преимущественной формой развития журналистики в XVIII – начале XIX веков являлись издания:**
 - A. государственные;
 - B. частные;
 - C. «персонального журнализма»;
 - D. качественной прессы.
4. **Идея создания информационных служб принадлежит _____.**
5. **Первая российская печатная газета называлась _____.**
6. Выдающиеся личности в сфере СМИ (издатели, редакторы, журналисты).
7. Поясните, что имеет ввиду М.Кастельс в своей работе «Информационная эпоха: экономика, общество и культура», когда говорит, что «...специфическим для информационного способа развития является воздействие знания на самознание как главный источник производительности». Основываясь на монографии ученого, составьте перечень из 10 основных характеристик информационного общества.
8. Выделите периоды развития отечественных СМИ XIX–XX веков и их особенности. Опишите различие между толстыми, тонкими, сатирическими журналами. Опре-

делите роль «грошовой» газеты. Какое место по отношению к государству и обществу занимала пресса в досоветский и советский период?

9. Определите регионы, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМИ. Назовите возможные причины такого положения в этих регионах.

УК-5.Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1 Понимает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
Знать: основные понятия философии, исторического развития и межкультурной коммуникации
Уметь: осуществлять межкультурную коммуникации.
Владеть: навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов исторического развития
Показатель оценивая: владеет навыками межкультурной коммуникации с учетом основных категорий философии и законов исторического развития

Вариант 1

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Ассоциативными уровнями корпоративной символики являются:

- 1) культуральные ассоциации;
- 2) эмоциональные ассоциации;
- 3) содержательные ассоциации;
- 4) эстетические ассоциации.

2. Дорожные знаки, оскал собаки, лужа после дождя относятся к знакам:

- 1) символам;
- 2) индексам;
- 3) признакам;
- 4) иконам.

3. Знак, форма и денотат которого находятся в отношениях пространственной и временной смежности, называется:

- 1) символическим знаком;
- 2) индексальным знаком;
- 3) знаком-признаком;
- 4) иконическим знаком.

4. Метафорой называется:

- 1) слово или выражение, употребленное в переносном значении на основе смежности, близости явлений или предметов;
- 2) слово или выражение, употребленное в переносном значении на основе сходства предметов или явлений;
- 3) образное выражение, основанное на преувеличении;
- 4) образное выражение, основанное на усилении (как правило, втрое) какого-либо признака.

5. Условно символы можно разделить на три группы:

- 1) интерпретированные начертания букв;
- 2) схематизированные изображения продукции или профессии;
- 3) то же самое, что и логотип;
- 4) условно ассоциативные жесты.

6. Дайте определение

Коммуникативная мимикрия:

- 1) попытка исказить ситуацию;
- 2) неадекватная интерпретация;
- 3) выбор чужих «ролей»
- 4) изменение имиджа.

7. Ситуационная задача

Проанализируйте знаковую функцию одежды на примере следующих единиц: шорты, мини-юбка, вечернее платье, кроссовки, пиджак, спортивный костюм, галстук, пионерский галстук.

8. Проанализируйте сложившуюся ситуацию на рынке труда и сформулируйте свое представление о коммуникативной компетентности PR-специалиста

Существует проблема коммуникативной компетентности личности, которая в профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью приобретает особое значение. Как эта сторона личности реализуется в сфере профессиональной деятельности?.

Вариант 2

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Дайте определение коммуникационного процесса:

- А: коммуникация – это информационная связь;
 Б: коммуникация – это процесс передачи и получения информации;
 В: коммуникация – это СМК и СМИ;
 Г: коммуникация – это взаимодействие различных приемных и передающих устройств;

2. Коммуникации соответствует определение:

- А. Это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию;
 Б. Это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений;
 В. Это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений;
 это средства доведения информации до целевой аудитории;

3. Общение – это...?

- А. Состояние, характеризующееся эмоциональной неустойчивостью
 Б. Межличностное взаимодействие людей
 В. Строго научная теория
 Г. Примитивная политическая тактика заигрывания

4. Особенностью массовой коммуникации является ...?

- А. Минимальное, замкнутое расстояние передачи
 Б. Публичный характер и открытость
 В. Прямая обратная связь

5. Внутриорганизационные коммуникации это...?

- А. Интеракции в пределах организации
 Б. Связи любой социальной системы с внешними образованиями
 В. Смоделированный в речи, связный текст

6. Задание: В предложении пропущено слово. Впишите его, чтобы высказывание стало истинным.

“... коммуникация - это специфическая форма взаимодействия людей по передаче инфор-

мации от человека к человеку, осуществляющаяся при помощи языка и других знаковых систем”

7. Задание: найдите правильный вариант ответа из четырех предложенных.

Вопрос: Универсальное значение понятия “коммуникация” - это:

- 1) средство передачи информации;
- 2) связи и отношения в обществе;
- 3) способ связи любых объектов материального и духовного мира;
- 4) общение между людьми.

8. Дайте определение

Познавательная функция теории коммуникации - это:

УК-5.2 Способен вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Знать: этические и межкультурные нормы
Уметь: вести коммуникацию в мире культурного многообразия
Владеть: навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм
Показатель оценивая: владеет навыками коммуникации между представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм

Вариант 1

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. По степени организованности коммуникации подразделяются на ...?

- А. Случайные и организованные
- Б. Контактные и бесконтактные
- В. Латентные и легитимные

2. На начальной стадии выбора средств рекламы важно найти ответы на следующие вопросы:

- 1) Что рекламируется?
- 2) Кого хотим охватить рекламной информацией?
- 3) Где они находятся?
- 4) Что представляет собой обращение?
- 5) Когда размещать обращение?

3. В философии XX в. большое внимание к проблеме социальной коммуникации было уделено в рамках таких направлений, как:

- А. Гомилетика;
- Б. Экзистенциализм;
- В. Риторика;
- Г. Персонализм;

4. Дискурс – это...?

- А. Рассуждение, довод. Является видом речевой коммуникации, ориентированной на осуждение и обоснование любых значимых аспектов действий, мнений и высказываний
- Б. Господствующий. Главенствующая идея, важная часть чего-нибудь
- В. Так называется курс социальной философии

5. Коммуникант – это...?

- А. Система условных знаков
- Б. Любая из сторон процесса коммуникации
- В. Украшение на кителе офицера
- Г. Краткие данные об авторе, надпись

6. Задание: установите соответствие между названиями методов теории коммуникации и их содержанием.

Названия: 1) моделирование; 2) герменевтика; 3) контент-анализ; 4) интент-анализ; 5) наблюдение.

Содержание:

- а) изучение текстов, фонограмм, аудио-, видеозаписей;
- б) изучение объекта (оригинала) путем создания и исследования его копии (модели);
- в) метод истолкования, интерпретации текстов;
- г) метод, позволяющий изучать целенаправленность вербальной коммуникации;
- д) метод получения информации о коммуникации путем прямой и непосредственной регистрации событий.

7. Задание: найдите два правильных варианта ответа из четырех предложенных. Интеракционный подход к исследованию коммуникации представлен в :

- 1) теории информационного общества;
- 2) символическом интеракционизме;
- 3) математической теории коммуникации;
- 4) теориях социального обмена.

8. Задание: В предложении пропущено несколько слов. Впишите пропущенные слова, чтобы высказывание стало истинным.

В современной ... при анализе языковых явлений и процессов основной акцент делается на ... : исследуется влияние различных социальных факторов на взаимодействие языков.

Вариант 2**1. Ответьте на тестовые задания.**

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Печатные газеты появились...?

- А. в начале XVII века
- Б. в начале XVIII века
- В. в конце XVI века
- Г. в XX веке

2. Телевидение было изобретено...?

- А. В середине XX века
- Б. В конце XX века
- В. В начале XIX века

3. Коммуникация стала осуществляться на расстоянии на ранней стадии развития общества, через...?

- А. Интернет
- Б. Систему массовых коммуникаций
- В. Систему знаковых сигналов
- Г. Телеграф

4. Выберите правильные высказывания:

- 1) и семья, и религия, и формы хозяйственной активности и политической власти - все это

не дано «от природы», но возникло в результате человеческой деятельности и взаимодействия.

2) формы социальной жизни животных обусловлены инстинктами, а потому, фактически, не меняются;

3) формы же социальной жизни людей конструируются людьми, пусть в большинстве случаев стихийно и нецеленаправленно; и отличаются вариативностью и изменчивостью;

4) социальная коммуникация как универсальный социокультурный механизм, ориентируется на взаимодействие социальных субъектов, на производство и динамику социокультурных норм и образцов социального взаимодействия.

5. Ассоциативными уровнями корпоративной символики являются:

1) содержательные ассоциации;

2) культуральные ассоциации;

3) религиозные ассоциации;

4) эмоциональные ассоциации.

6.Задание: Вставьте в определение недостающие слова:

Коммуникативный процесс – это ... между различными субъектами коммуникации, при котором осуществляется обмен информацией. Он включает динамичную смену этапов формирования, ..., приема, ... и использования информации в обоих направлениях при взаимодействии

7.Задание: Дополните недостающие элементы модели коммуникации Г.Лассуэла:

1) коммуникатор;

2) _____;

3) канал;

4) _____;

5) эффект.

Тест №3

8. Задание: Найдите соответствие между названиями и характеристиками моделей коммуникации

1) Модель Шеннона-Уивера;

2) Циркулярная модель коммуникации;

3) Модель двуступенчатой коммуникации.

а) информация, распространяемая массмедиа, достигает целевой аудитории не напрямую, а через “лидеров мнений”;

б) Модель Лассуэла;

представляет собой развернутый план коммуникативного действия;

в) с ее (модели) появлением возникло представление о скорости и количестве передаваемой информации;

г) в ней основной акцент переносится на интерпретацию сообщения.

УК-5.3 Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации

Знать: основные философские и исторические факты, социокультурные явления
Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления
Владеть: навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
Показатель оценивая: владеет навыками анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации

Вариант 1

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Особенностью массовой коммуникации является ...?

- А. Минимальное, замкнутое расстояние передачи
- Б. Публичный характер и открытость
- В. Прямая обратная связь

2. Внутриорганизационные коммуникации это...?

- А. Интеракции в пределах организации
- Б. Связи любой социальной системы с внешними образованиями
- В. Смоделированный в речи, связный текст

5. По степени организованности коммуникации подразделяются на ...?

- А. Случайные и организованные
- Б. Контактные и бесконтактные
- В. Латентные и легитимные

3. На начальной стадии выбора средств рекламы важно найти ответы на следующие вопросы:

- 1) Что рекламируется?
- 2) Кого хотим охватить рекламной информацией?
- 3) Где они находятся?
- 4) Что представляет собой обращение?
- 5) Когда размещать обращение?

4. Коммуникация стала осуществляться на расстоянии на ранней стадии развития общества, через...?

- А. Интернет
- Б. Систему массовых коммуникаций
- В. Систему знаковых сигналов
- Г. Телеграф

5. Выберите правильные высказывания:

- 1) и семья, и религия, и формы хозяйственной активности и политической власти - все это не дано «от природы», но возникло в результате человеческой деятельности и взаимодействия.
- 2) формы социальной жизни животных обусловлены инстинктами, а потому, фактически, не меняются;
- 3) формы же социальной жизни людей конструируются людьми, пусть в большинстве случаев стихийно и нецеленаправленно; и отличаются вариативностью и изменчивостью;
- 4) социальная коммуникация как универсальный социокультурный механизм, ориентируется на взаимодействие социальных субъектов, на производство и динамику социокультурных норм и образцов социального взаимодействия

6. Задание: Впишите название недостающего элемента модели коммуникации Д.Берло (модель “ИСКП”).

Источник- ... - канал- получатель.

7. Задание: Дополните список недостающими элементами коммуникационного про-

цесса:

- а) источник сообщения (отправитель);
- б) кодирование и декодирование;
- в) сообщение;
- г) канал;
- д) ;
- е)

8. Задание: В предложении пропущено два слова. Впишите их, чтобы высказывание стало истинным.

При наличии коммуникация становится двусторонним процессом, позволяя обеим сторонам корректировать свои цели и поведение по отношению друг к другу.

Вариант 2

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Процесс суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения – это: (обведите кружком номер правильного ответа):

- 1) интерпретация;
- 2) аргументация;
- 3) кодирование;
- 4) обратная связь.

2. Как называется коммуникация, если речь идет о системе связей организации с внешними социальными образованиями (институтами, другими организациями), которые существуют вне ее?

- а) внутригрупповая;
- б) межличностная;
- в) непосредственная;
- г) внешняя.

3. Известный текстовик Дж. Кейплс предлагал правила хорошего заголовка, основные из них следующие:

- А. В каждом заголовке должен быть мотив личной выгоды. Он внушает, что здесь есть что-то для него, читателя, необходимое.
- Б. Если есть новость – подать ее в заголовке с размахом.
- В. Заголовок должен возбуждать любопытство, но только в сочетании с новостью или личной выгодой.
- Г. Заголовок должен носить бодрый, позитивный характер.

4. Семиотика – это наука:

- А. О смысле высказывания;
- Б. О знаках;
- В. О жестах;
- Г. Об аргументации сообщения.

5. С домом ассоциируется символ:

- А. Треугольника;
- Б. Круга;
- В. Квадрата;
- Г. Трепещии.

6. Задание: Вставьте в определение недостающее слово:

Диалог – это ... обмен информацией между людьми как публично, так и посредством массмедиа.

7. Задание: Вставьте в определение недостающее слово:

Беседа – это ... коллективная форма обсуждения различных проблем с определенной целью.

8.Задание: Вставьте в определение недостающие слова:

Диалог – это форма речи, состоящая из обмена ..., характеризующаяся ситуативностью, контекстуальностью, ... и малой степенью

ПК-4. Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-4.1 Понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Знает: основы теории коммуникации, основные подходы и концепции современной коммуникативистики
Умеет: применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности.
Владеет: методами исследований в области коммуникативистики.
Показатель оценивая: владеет методами исследований в области коммуникативистики

Вариант 1

1.Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1.Укажите пару наиболее точных названий источника и получателя информации в рамках письменноречевой коммуникации:

- А. Коммуникатор и коммуникант;
- Б. Адресант и адресат;
- В. Коммуникатор и аудитория;
- Г. Оратор и слушатель.

2. Процесс обмена сообщениями и их интерпретация двумя или несколькими индивидами, вступившими в контакт друг с другом – это:

- А. Маркетинговая коммуникация;
- Б. Массовая коммуникация;
- В. Межличностная коммуникации;
- Г. Офисная коммуникация.

3. Что в большей мере составляет основу коммуникации...?

- А. Язык
- Б. Конструкция
- В. Речь
- Г. Система сигналов

4. Дискурс – это...?

- А. Рассуждение, довод. Является видом речевой коммуникации, ориентированной на осуждение и обоснование любых значимых аспектов действий, мнений и высказываний
- Б. Господствующий. Главенствующая идея, важная часть чего-нибудь
- В. Так называется курс социальной философии

5. Коммуникант – это...?

- А. Система условных знаков
- Б. Любая из сторон процесса коммуникации
- В. Украшение на кителе офицера
- Г. Краткие данные об авторе, надпись

6.Задание: Вставьте недостающее слово в определение:

«Массовая коммуникация – процесс распространения информации (знаний, духовных

ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (пресса, радио, телевидение и др.) на численно большие, рассредоточенные».

7.Задание: Дополните список, определяющих содержание современной системы массовой коммуникации (СМК):

- 1) Средства массовой информации (СМИ);
- 2) телекоммуникация;
- 3)

8.Задание: Вставьте пропущенные слова в определение

Средства массовой коммуникации (СМК) – это специальные ... и передатчики, благодаря которым происходит ... информационных сообщений на большие

Вариант 2

1.Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Коммуникант – это...?

- А. Система условных знаков
- Б. Любая из сторон процесса коммуникации
- В. Украшение на кителе офицера
- Г. Краткие данные об авторе, надпись

2. Телевидение было изобретено...?

- А. В середине XX века
- Б. В конце XX века
- В. В начале XIX века

3. Коммуникация стала осуществляться на расстоянии на ранней стадии развития общества, через...?

- А. Интернет
- Б. Систему массовых коммуникаций
- В. Систему знаковых сигналов
- Г. Телеграф

4. Социоллингвистика исследует:...?

- А. Прагматическую функцию речевой коммуникации
- Б. Механизм превращения информации в основной элемент коммуникативной системы
- В. Проблемы, связанные с социальной природой языка

5. Этнография изучает:...?

- А. Бытовые и культурологические особенности коммуникации как общения в этнических сообществах
- Б. Идеи социального конструктивизма
- В. Методологические основы коммуникации
- Г. Это наука про мамонтов

6.Задание:

Вставьте в определение недостающие слова: *«коммуникативная личность - совокупность индивидуальных коммуникативных ... и тактик, ..., ..., ... предпочтений, сформировавшихся в процессах коммуникации как коммуникативная компетенция индивида».*

7. Дополните фразу

“ ... личность - совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих ... и ... им речевых произведений (текстов)”.

8.Вставьте в определение слово, делающее утверждение истинным:

семиотика или семиология- наука, изучающая свойства ... и знаковых систем (естественных и искусственных языков).

ПК-4.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Знать: структурные элементы российской системы средств массовой информации, экономических и правовых основ их деятельности;
Уметь: ориентироваться в структуре и функциях редакций средств массовой информации, особенностях работы в разных типах СМИ;
Владеть: навыками разработки коммуникативной стратегии организации.
Показатель оценивая: владеет навыками разработки коммуникативной стратегии организации

Вариант 1

1. Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Коммуникации соответствует определение:

- А. Это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию;
- Б. Это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений;
- В. Это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений;
- это средства доведения информации до целевой аудитории;

2. Общение – это...?

- А. Состояние, характеризующееся эмоциональной неустойчивостью
- Б. Межличностное взаимодействие людей
- В. Строго научная теория
- Г. Примитивная политическая тактика заигрывания

3. Особенностью массовой коммуникации является ...?

- А. Минимальное, замкнутое расстояние передачи
- Б. Публичный характер и открытость
- В. Прямая обратная связь

4. Внутриорганизационные коммуникации это...?

- А. Интеракции в пределах организации
- Б. Связи любой социальной системы с внешними образованиями
- В. Смоделированный в речи, связный текст

5. На начальной стадии выбора средств рекламы важно найти ответы на следующие вопросы:

- 1) Что рекламируется?
- 2) Кого хотим охватить рекламной информацией?
- 3) Где они находятся?
- 4) Что представляет собой обращение?
- 5) Когда размещать обращение?

6. Дополните определение, вставив недостающие два слова: «*знак, символ – это ... между сущностью явлений, их смыслом и их образом, идеями, находящимися за пределами чувственного восприятия, с одной стороны, и отражением предметов и явлений действительности при их ... воздействии на органы чувств – с другой.*».

7. Дополните перечень типов знаков, выделенных Ч.Пирсом:

- 1) иконический;
- 2) символ;
- 3)

8.Задание: Вставьте в определение недостающие три слова, делающие его правильным.

“Публичная коммуникация - вид ... общения, при котором информация в обстановке ... передается значительному числу ...”.

Вариант 2

1.Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Дорожные знаки, оскал собаки, лужа после дождя относятся к знакам:

- 1) символам;
- 2) индексам;
- 3) признакам;
- 4) иконам.

2. Знак, форма и денотат которого находятся в отношениях пространственной и временной смежности, называется:

- 1) символическим знаком;
- 2) индексальным знаком;
- 3) знаком-признаком;
- 4) иконическим знаком.

3. Метафорой называется:

- 1) слово или выражение, употребленное в переносном значении на основе смежности, близости явлений или предметов;
- 2) слово или выражение, употребленное в переносном значении на основе сходства предметов или явлений;
- 3) образное выражение, основанное на преувеличении;
- 4) образное выражение, основанное на усилении (как правило, втрое) какого-либо признака.

4. Условно символы можно разделить на три группы:

- 1) интерпретированные начертания букв;
- 2) схематизированные изображения продукции или профессии;
- 3) то же самое, что и логотип;
- 4) условно ассоциативные жесты.

5. Дайте определение

Коммуникативная мимикрия:

- 1) попытка исказить ситуацию;
- 2) неадекватная интерпретация;
- 3) выбор чужих «ролей»
- 4) изменение имиджа.

6. Задание: Вставьте в приведенное ниже высказывание недостающее слово, чтобы данное высказывание стало истинным:

«Устная публичная коммуникация носит достаточно стереотипный характер, закрепленный в определенных ... формах - типичном речевом поведении в типических ситуациях социального взаимодействия».

7. Задание: Дополните перечень элементов автокомментирования, обеспечивающих связность текста и цельность его содержания:

- 1) членение речи на части;
- 2) обозначение перехода к новой теме, конца темы;
- 3).....;
- 4) характеристика собственной речи.

8. Задание: В суждении пропущено несколько слов. Впишите их, чтобы суждение

стало истинным:

“оценка эффективности коммуникации – это необходимое условие и важный ... управления коммуникативными процессами. Она предполагает выбор ... и ... эффективности коммуникативной деятельности.”

ПК-4.3 Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Знать: основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Владеть: навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры
Показатель оценивая: владеет навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры

Вариант 1**1. Ответьте на тестовые задания.**

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. К какому типу коммуникативных барьеров относится?

Во время разговора по телефону слышится третий голос.

- А. Социокультурный барьер;
- Б. Психофизиологический барьер;
- В. Технический барьер;
- Г. Лингвистический барьер.

2. Индифферентность, безразличие студента по отношению к указаниям старосты группы.

- А. Психофизиологический барьер;
- Б. Социокультурный барьер;
- В. Семантический барьер;
- Г. Психологический барьер.

3. Что соответствует объекту воздействия в PR-коммуникациях?

- А. Толпа людей;
- Б. Массовая аудитория;
- В. Общественное мнение;
- Г. Установление межличностных взаимодействий.

4. Как называется особый вид связей с общественностью, реализуемый в связи с нехарактерными для текущей деятельности субъекта PR обстоятельствами?

- А. Бизнес- PR;
- Б. Политический-PR;
- В. Социальный-PR;
- Г. Событийный-PR.

5. Коммуникант – это...?

- А. Система условных знаков
- Б. Любая из сторон процесса коммуникации
- В. Украшение на кителе офицера
- Г. Краткие данные об авторе, надпись

6. Задание: В предложении пропущено несколько слов. Впишите пропущенные слова, чтобы высказывание стало истинным.

“PR-процесс включает в себя определенный набор действий, направленных на повышение _____ общественности об инициаторе, обеспечение на этой основе его лучшей узнаваемости и более _____ восприятия его имиджа”.

7.Задание: Присвойте номера, позволяющие установить правильную последовательность проведения PR- кампании.

- _____ - Действие и коммуникация;
- _____ - Оценка программы;
- _____ - Определение проблемы;
- _____ - Планирование и прогнозирование.

8. Согласно точке зрения Ф. Джефкинса, проведение PR- кампании включает шесть этапов:

- _____ - Планирование бюджета;
- _____ - Оценка ситуации;
- _____ - Отбор каналов массовой коммуникации, техники воздействия;
- _____ - Оценка результатов;
- _____ - Определение целей;
- _____ - Определение целевой аудитории.

Вариант 2

1.Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1.Под коммуникацией в широком смысле понимается....?

- А. Система, в которой осуществляется взаимодействие, процесс взаимодействия, способы общения
- Б. Теория алгоритмов, теория автоматов, исследование операций
- В. «Человек – компьютер»

2. Семиотика исследует:...?

- А. Особенности общения различных социальных групп
- Б. Свойства знаков и знаковых систем в обществе, человеке, природе
- В. Механизм функционирования обратной связи коммуникатора с коммуникантом

3. Социология изучает:...?

- А. Общие принципы создания систем управления
- Б. Нарушения речи у человека
- В.Экономические профессиональные интересы
- Г. Особенности общения различных социальных групп

4. Социолингвистика исследует:...?

- А. Прагматическую функцию речевой коммуникации
- Б. Механизм превращения информации в основной элемент коммуникативной системы
- В. Проблемы, связанные с социальной природой языка

5. Этнография изучает:...?

- А. Бытовые и культурологические особенности коммуникации как общения в этнических сообществах
- Б. Идеи социального конструктивизма
- В. Методологические основы коммуникации
- Г. Это наука про мамонтов

6.Задание: Впишите недостающий элемент одного из этапов проведения PR – кампании – “Действие и коммуникация” (точка зрения американских специалистов).

Элементы действия и коммуникации:

- 1) стратегия действия;
- 2) _____;
- 3) планы реализации программы.

7.Задание: В предложении пропущено несколько слов. Впишите пропущенные слова, чтобы высказывание стало истинным.

В современной ... при анализе языковых явлений и процессов основной акцент делается на ... : исследуется влияние различных социальных факторов на взаимодействие языков.

8.Задание: В предложении пропущено одно слово. Впишите его, чтобы высказывание стало истинным.

Возникновение и широкое распространение электронных средств коммуникации в XX в. стимулировали исследовательский интерес к проблемам ... коммуникации.

Вопросы к зачету с оценкой

1. Предмет теории коммуникации.
-

2. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
3. Биологические, социальные, этнические и психологические факторы коммуникации.
4. Модели коммуникации.
5. Структурные компоненты коммуникации.
6. Социологические доминанты коммуникации.
7. Понятие социальный стереотип.
8. Психология общения.
9. Индивидуальное и социальное в общении.
10. Природа невербальной коммуникации.
11. Вербальная коммуникация.
12. Влияние языка на мышление и поведение.
13. Высказывание и дискурс как единицы вербальной коммуникации.
14. Типы дискурсов.
15. Понятие диалог.
16. Семиотические характеристики слова как основной единицы языка.
17. Коммуникативные системы кино и телевидения.
18. Коммуникативная личность.
19. Понятие языковой личности.
20. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный.
21. Соотношение социальных и коммуникативных характеристик личности.
22. Сущность и функции межличностной коммуникации.
23. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
24. Сущность и функции массовой коммуникации.
25. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации.
26. Система средств массовой информации.
27. Межкультурная коммуникация.
28. Коммуникация в различных сферах социальной жизни.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет и экзамен проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время ауди-

торной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.
Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Теория и практика массовой инфор-
мации»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.2: Демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Знать: методики анализа и систематизации разнородных данных
Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данных
Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.2: Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм
Знать: критерии отбора вариантов решений.
Уметь: выбирать оптимальный вариант решения.
Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основные направлений работ
Показатель оценивания: анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм
УК-2.3: Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
Знать: методику расчета показателей, необходимых для составления экономических разделов проекта, особенности их обоснования и представления результатов в соответствии с применяемыми в организации стандартами
Уметь: выполнять необходимые для составления экономических проектов расчеты, обосновывать их, представлять результаты и принимать оптимальные решения в области ресурсного обеспечения бизнеса
Владеть: практическими навыками расчета показателей, необходимых для осуществления проектов, навыками обоснования и представления полученных по итогам расчетов результатов
Показатель оценивания: применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.1: Понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;
Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
Показатель оценивания: понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
УК-4.2: Применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации

Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию

ПК-4. Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-4.1: Понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Знает: основы теории коммуникации, основные подходы и концепции современной коммуникативистики
Умеет: применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности.
Владеет: методами исследований в области коммуникативистики.
Показатель оценивания: понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций

ПК-4.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Знать: структурные элементы российской системы средств массовой информации, экономических и правовых основ их деятельности;
Уметь: ориентироваться в структуре и функциях редакций средств массовой информации, особенностях работы в разных типах СМИ;
Владеть: навыками разработки коммуникативной стратегии организации.
Показатель оценивания: осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры

ПК-4.3: Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Знать: основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Владеть: навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры
Показатель оценивания: использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Шкала оценивания – зачтено, не зачтено

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-1.2: Демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Знать: методики анализа и систематизации разнородных данных
Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данных
Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Предметом учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» является:**
 - А. массовая информация как общественное явление;
 - Б. содержание конкретных произведений журналистского творчества и методика их применения в практике связей с общественностью;
 - В. журналистская деятельность;
 - Г. сущность и структура СМИ.
- 2. Доминирующие предпосылки возникновения журналистики:**
 - А. материально-технические;
 - Б. социально-политические реформы;
 - В. информационные;
 - Г. духовно-идеологические.
- 3. Первоначальное значение слова «газета»:**
 - А. периодическое печатное издание;
 - Б. информационный листок;
 - В. текст на пергаменте;
 - Г. итальянская мелкая монета, составлявшая цену письменного сообщения о какой-либо товарной новости.
- 4. Изобретение письменности относится к _____ тысячелетию до н.э.**

5. Ситуационная задача.

Назовите причины особой интереса к радио В.И. Ленина и И.В. Сталина.

6. Различаются научное и обыденное толкование коммуникации. Найдите определения коммуникации в различных научных дисциплинах. Определите, что между ними общего? В чем состоит проблема «смысла» в социальной коммуникации?
7. Дайте сопоставительную характеристику межличностной и массовой коммуникации. Включите в процесс анализа ответы на следующие вопросы:
 - 1) К какому процессу относятся такие термины, как «общение», «обратная связь», «закодированное сообщение», «коммуникативные шумы»?
 - 2) Какие потребности удовлетворяет каждый из перечисленных видов коммуникации?
8. Приведите примеры любого типа коммуникации, которые выражены
 - а) иконически;
 - б) риторически;
 - в) с помощью жестов. Поясните их содержание

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Первоначальное значение слова «газета»:**
 - А. периодическое печатное издание;
 - Б. информационный листок;
 - В. текст на пергаменте;
 - Г. итальянская мелкая монета, составлявшая цену письменного сообщения о какой-либо товарной новости.
- 2. Доминирующие предпосылки возникновения журналистики:**
 - А. материально-технические;
 - Б. социально-политические реформы;
 - В. информационные;
 - Г. духовно-идеологические.
- 3. Предметом учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» является:**
 - А. массовая информация как общественное явление;
 - Б. содержание конкретных произведений журналистского творчества и методика их применения в практике связей с общественностью;
 - В. журналистская деятельность;
 - Г. сущность и структура СМИ.
- 4. Изобретение письменности относится к _____ тысячелетию до н.э.**
5. Канадский философ и исследователь М.Маклюэн в своей работе «Понимание Медиа» вводит понятия «холодные» и «горячие» медиа. В чем заключается его главная идея? Приведите примеры каждого из этих типов медиа. В монографии «Галактика Гутенберга» М. Маклюэн выделяет этапы эволюции коммуникации и ее инструментов. Представьте этот процесс в любом графическом виде: с помощью таблицы, графика, диаграммы, рисунка и т.д.
6. Рассмотрите приведенные ниже изображения (рис. 1), определите, какому типу коммуникации соответствует каждое из них. Найдите в печатных и электронных СМИ примеры этих моделей коммуникационного процесса.



Рис. 1. Условные модели коммуникации

7. Охарактеризуйте коммуникативные функции мифа. Поясните, присутствует ли мифологическая коммуникация в современных СМК. Аргументируйте свой ответ.
8. Предложите периодизацию этапов исследования массовой коммуникации в науке XX в. Как менялись представления об эффектах влияния массмедиа на каждом из этапов?

УК-2.2: Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм

Знать: критерии отбора вариантов решений.

Уметь: выбирать оптимальный вариант решения.

Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основных направлений работ

УК-2.2: Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Преобладающими периодическими печатными изданиями России в XVIII в. являлись:
 - А. газеты;
 - Б. журналы;
 - В. бюллетени;
 - Г. альманахи.
2. Журнал отечественного публициста Н.И. Новикова назывался:
 - А. «Трудолюбивая пчелка»;
 - Б. «Полезное увеселение»;
 - В. «Трутень»;
 - Г. «Доброе намерение».
3. Монополизация прессы, как явление, относится к _____ веку.
4. Информационная инфраструктура – это:
 - А. типологические особенности СМИ государства;
 - Б. развитая структура средств массовой коммуникации;
 - В. система жизнеобеспечения информационной деятельности в стране;
 - Г. развитая система информационных агентств и служб.
5. Дайте характеристику таким современным тенденциям как «глобализация», «демассовизация», «конгломерация», «конвергенция» с точки зрения развития масс-медиа и изменения аудитории. Оформите свой ответ в виде таблицы по образцу.

Характеристика современных тенденций

Тенденция	Изменения СМК	Изменения аудитории СМК
Глобализация		
Демассовизация		
Конгломерация		
Конвергенция		

6. Проведите исследование программы ТВ-передач по плану «Показывают что? Кому? Каким образом? С какой целью?». На основе полученных результатов напишите эссе. Обязательно озаглавьте вашу работу.
7. Выдающиеся личности в сфере СМИ (издатели, редакторы, журналисты).
8. Поясните, что имеет ввиду М.Кастельс в своей работе «Информационная эпоха: экономика, общество и культура», когда говорит, что «...специфическим для информационного способа развития является воздействие знания на самознание как главный источник производительности». Основываясь на монографии ученого, составьте перечень из 10 основных характеристик информационного общества.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Преобладающими периодическими печатными изданиями России в XVIII в. являлись:**
 - А. газеты;
 - Б. журналы;
 - В. бюллетени;
 - Г. альманахи.
2. **Журнал отечественного публициста Н.И. Новикова назывался:**
 - А. «Трудолюбивая пчелка»;
 - Б. «Полезное увеселение»;
 - В. «Трутень»;
 - Г. «Доброе намерение».
3. **Монополизация прессы, как явление, относится к _____ веку.**
4. **Информационная инфраструктура – это:**
 - А. типологические особенности СМИ государства;
 - Б. развитая структура средств массовой коммуникации;
 - В. система жизнеобеспечения информационной деятельности в стране;
 - Г. развитая система информационных агентств и служб.
5. **Выделите периоды развития отечественных СМИ XIX–XX веков и их особенности. Опишите различие между толстыми, тонкими, сатирическими журналами. Определите роль «грошовой» газеты. Какое место по отношению к государству и обществу занимала пресса в досоветский и советский период?**
6. **Определите регионы, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы**

- слова и деятельности СМК. Назовите возможные причины такого положения в этих регионах.
7. Определите страны, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМК. Назовите возможные причины такого положения в этих странах.
 8. Составьте «карту» системы СМК любого региона по желанию. Найдите данные статистики СМК по области (региону), проанализируйте данную статистику. Какие качественные и количественные данные можно получить из этой статистики? Что статистика не показывает? Почему в некоторых источниках говорится, что большая часть СМК в России — это медиа, которые принадлежат государству? Ответ обоснуйте.

УК-2.3: Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
Знать: методику расчета показателей, необходимых для составления экономических разделов проекта, особенности их обоснования и представления результатов в соответствии с применяемыми в организации стандартами
Уметь: выполнять необходимые для составления экономических проектов расчеты, обосновывать их, представлять результаты и принимать оптимальные решения в области ресурсного обеспечения бизнеса
Владеть: практическими навыками расчета показателей, необходимых для осуществления проектов, навыками обоснования и представления полученных по итогам расчетов результатов
Показатель оценивания: применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах

Вариант 1

Дополните фразу:

1. Изобретение письменности относится к _____ тысячелетию до н.э.
2. Изобретателем книгопечатания является _____.
3. Впервые в Европе наборный шрифт из литер был применен в _____ веке.
4. Рождение прессы датируется _____ годом.
5. Дайте классификацию источников законодательства о СМИ. Какой нормативно-правовой акт имеет характер структурообразующего?
6. Напишите пошаговую инструкцию по аккредитации журналиста /СМК для участия в пресс-конференции. На какие иные нормативно-правовые акты, кроме Закона о СМИ, вы будете опираться при разработке этого документа.
7. Определите место и роль Федеральной антимонопольной службы (ФАС) в сфере рекламного законодательства.
8. Объясните суть «горизонтальной» и «вертикальной» моделей СМК. Приведите примеры из журналистской, рекламной или PR-практики того, что горизонтальная коммуникация тоже может являться «управляемой имитацией».

Вариант 2

Дополните фразу:

1. Общепринятый термин «газета» в журналистике стал применяться благодаря издателю _____.
2. Первый в мире, зарегистрированный журнал – «Журнал ученого» (Париж), издавался с _____ года.

3. Идея создания информационных служб принадлежит _____.
4. Первая российская печатная газета называлась _____.
5. Какими признаками СМК обладает мобильный телефон? Какого рода правонарушения могут возникнуть при его использовании?
6. Найдите в современных газетах, журналах различные примеры нарушения профессиональной этики журналиста. Кратко опишите, в чем проявилось каждое обнаруженное вами нарушение этики? Прикрепите в вашу работу сканы вырезок с этими публикациями, указывая выходные данные — название издания, год выхода, номер.
7. Найдите художественное произведение русской или зарубежной литературы либо художественный фильм, в котором одним из действующих лиц (главным или эпизодическим) был бы журналист, редактор, рекламный агент. Проанализируйте действия героя с точки зрения современной профессиональной этики журналиста.
8. В малых городах сенсации и горячие новости случаются редко. Журналисты из местных газет, телерадиокомпаний зачастую используют формальные пресс-релизы администрации и других муниципальных учреждений. Ответьте на вопросы: Какие типы информационных сообщений могут быть наиболее востребованные в местных СМИ? Как должна строиться работа с ньюсмейкерами, чтобы новости были «живые»?

УК-4.1: Понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации

Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;

Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации

Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках

Показатель оценивания: понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации

Вариант 1

1. «День российской печати» отмечается _____ января.
2. Первый журнал в России «Ежемесячные сочинения» издавался с _____ года.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

3. Преобладающими периодическими печатными изданиями России в XVIII в. являлись:
 - А. газеты;
 - Б. журналы;
 - В. бюллетени;
 - Г. альманахи.
4. Журнал отечественного публициста Н.И. Новикова назывался:
 - А. «Трудолюбивая пчелка»;
 - Б. «Полезное увеселение»;
 - В. «Трутень»;
 - Г. «Доброе намерение».
5. Выберите одну из иллюстраций, приведенных ниже, и выполните творческое задание (реферат, эссе, аналитическая статья, презентация и пр.) на тему «Средства массовой

коммуникации в современном мире».



6. На примере конкретного средства массовой информации, с которым студент знакомится регулярно, проанализировать, как оно реализует функции СМИ.
7. Найдите в современных газетах, журналах различные примеры нарушения профессиональной этики журналиста. Кратко опишите, в чем проявилось каждое обнаруженное вами нарушение этики? Прикрепите в вашу работу сканы вырезок с этими публикациями, указывая выходные данные — название издания, год выхода, номер.
8. Выдающиеся личности в сфере СМИ (издатели, редакторы, журналисты).

Вариант 2

1. «День российской печати» отмечается _____ января.
2. Первый журнал в России «Ежемесячные сочинения» издавался с _____ года.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

3. Преобладающими периодическими печатными изданиями России в XVIII в. являлись:

- А. газеты;
- Б. журналы;
- В. бюллетени;
- Г. альманахи.

4. Журнал отечественного публициста Н.И. Новикова назывался:

- А. «Трудолюбивая пчелка»;
- Б. «Полезное увеселение»;
- В. «Трутень»;
- Г. «Доброе намерение».

5. Найдите в современных газетах, журналах различные примеры нарушения профессиональной этики журналиста. Кратко опишите, в чем проявилось каждое обнару-

- женное вами нарушение этики? Прикрепите в вашу работу сканы вырезок с этими публикациями, указывая выходные данные — название издания, год выхода, номер.
6. Выдающиеся личности в сфере СМИ (издатели, редакторы, журналисты).
 7. Составьте «карту» системы СМК любого региона по желанию. Найдите данные статистики СМК по области (региону), проанализируйте данную статистику. Какие качественные и количественные данные можно получить из этой статистики? Что статистика не показывает? Почему в некоторых источниках говорится, что большая часть СМК в России — это медиа, которые принадлежат государству? Ответ обоснуйте.
 8. Определите регионы, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМК. Назовите возможные причины такого положения в этих регионах.

УК-4.2: Применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию

Вариант 1

1. В чем заключаются плюсы и минусы телевидения как канала СМИ? Назовите параметры классификации ТВ.
2. В чем заключаются плюсы и минусы радио как канала СМИ? По каким признакам классифицируют радио?
3. Для чего служит инфраструктура СМИ? Какие организации представляют информационные службы инфраструктуры СМИ?
4. Что такое профессиональная этика? На каких уровнях реализуются нормы этического поведения журналистов?
5. Определите регионы, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМК. Назовите возможные причины такого положения в этих регионах.
6. Определите страны, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМК. Назовите возможные причины такого положения в этих странах.
7. Составьте «карту» системы СМК любого региона по желанию. Найдите данные статистики СМК по области (региону), проанализируйте данную статистику. Какие качественные и количественные данные можно получить из этой статистики? Что статистика не показывает? Почему в некоторых источниках говорится, что большая часть СМК в России — это медиа, которые принадлежат государству? Ответ обоснуйте.
8. Дайте классификацию источников законодательства о СМИ. Какой нормативно-правовой акт имеет характер структурообразующего?

Вариант 2

1. **Общепринятый термин «газета» в журналистике стал применяться благодаря издателю _____.**
2. **Первый в мире, зарегистрированный журнал – «Журнал ученого» (Париж), издавался с _____ года.**
3. **Преимущественной формой развития журналистики в XVIII – начале XIX веков являлись издания:**

- А. государственные;
- В. частные;
- С. «персонального журнализма»;
- Д. качественной прессы.

4. Идея создания информационных служб принадлежит _____.

5. Первая российская печатная газета называлась _____.

- 6. Выдающиеся личности в сфере СМИ (издатели, редакторы, журналисты).
- 7. Поясните, что имеет ввиду М.Кастельс в своей работе «Информационная эпоха: экономика, общество и культура», когда говорит, что «...специфическим для информационного способа развития является воздействие знания на самознание как главный источник производительности». Основываясь на монографии ученого, составьте перечень из 10 основных характеристик информационного общества.
- 8. Выделите периоды развития отечественных СМИ XIX–XX веков и их особенности. Опишите различие между толстыми, тонкими, сатирическими журналами. Определите роль «грошовой» газеты. Какое место по отношению к государству и обществу занимала пресса в досоветский и советский период?
- 9. Определите регионы, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМИ. Назовите возможные причины такого положения в этих регионах.

ПК-4.1: Понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Знает: основы теории коммуникации, основные подходы и концепции современной коммуникативистики
Умеет: применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности.
Владеет: методами исследований в области коммуникативистики.
Показатель оценивания: понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций

Вариант 1

- 1. Общество, в котором все большую роль в управлении всеми сферами жизни играет не только коммерческий и государственный, но и информационный менеджмент, где производство, обмен и потребление информации становится первейшим атрибутом управленческой деятельности, называется _____ обществом.
- 2. Важную роль в развитии отечественной прессы сыграл _____, принятый 17 октября 1905 г.
- 3. Появление массовой партийной печати в России относится к ____ десятилетию XX века.
- 4. Определенную роль в реализации свободы слова, печати сыграл _____, принятый Временным правительством 27 апреля 1917 г.
- 5. Дайте сопоставительную характеристику межличностной и массовой коммуникации. Включите в процесс анализа ответы на следующие вопросы:
 - 1) К какому процессу относятся такие термины, как «общение», «обратная связь», «закодированное сообщение», «коммуникативные шумы»?
 - 2) Какие потребности удовлетворяет каждый из перечисленных видов коммуникации?
- 6. Приведите примеры любого типа коммуникации, которые выражены

- а) иконически;
 - б) риторически;
 - в) с помощью жестов. Поясните их содержание
7. Канадский философ и исследователь М.Маклюэн в своей работе «Понимание Медиа» вводит понятия «холодные» и «горячие» медиа. В чем заключается его главная идея? Приведите примеры каждого из этих типов медиа. В монографии «Галактика Гутенберга» М. Маклюэн выделяет этапы эволюции коммуникации и ее инструментов. Представьте этот процесс в любом графическом виде: с помощью таблицы, графика, диаграммы, рисунка и т.д.
 8. Определите страны, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМИ. Назовите возможные причины такого положения в этих странах.

Вариант 2

1. Появление массовой партийной печати в России относится к ____ десятилетию XX века.
2. Определенную роль в реализации свободы слова, печати сыграл _____, принятый Временным правительством 27 апреля 1917 г.
3. Общество, в котором все большую роль в управлении всеми сферами жизни играет не только коммерческий и государственный, но и информационный менеджмент, где производство, обмен и потребление информации становится первейшим атрибутом управленческой деятельности, называется _____ обществом.
4. Важную роль в развитии отечественной прессы сыграл _____, принятый 17 октября 1905 г.
5. Канадский философ и исследователь М.Маклюэн в своей работе «Понимание Медиа» вводит понятия «холодные» и «горячие» медиа. В чем заключается его главная идея? Приведите примеры каждого из этих типов медиа. В монографии «Галактика Гутенберга» М. Маклюэн выделяет этапы эволюции коммуникации и ее инструментов. Представьте этот процесс в любом графическом виде: с помощью таблицы, графика, диаграммы, рисунка и т.д.
6. Определите страны, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМИ. Назовите возможные причины такого положения в этих странах.
7. Дайте сопоставительную характеристику межличностной и массовой коммуникации. Включите в процесс анализа ответы на следующие вопросы:
 - 1) К какому процессу относятся такие термины, как «общение», «обратная связь», «закодированное сообщение», «коммуникативные шумы»?
 - 2) Какие потребности удовлетворяет каждый из перечисленных видов коммуникации?
8. Приведите примеры любого типа коммуникации, которые выражены
 - а) иконически;
 - б) риторически;
 - в) с помощью жестов. Поясните их содержание

ПК-4.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры

Знать: структурные элементы российской системы средств массовой информации, экономических и правовых основ их деятельности;
Уметь: ориентироваться в структуре и функциях редакций средств массовой информации, особенностях работы в разных типах СМИ;
Владеть: навыками разработки коммуникативной стратегии организации.
Показатель оценивания: осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Одним из основных предназначений технических средств PR-службы организации является:**
 - A. отражение повседневной деятельности организации
 - B. обеспечение повышения ее прибыли
 - C. создание позитивного имиджа
 - D. соблюдение правовых, этических, менеджерских позиций и норм деятельности организации
- 2. Окончательный объем подготовленного к публикации текста определяет:**
 - A. корректор
 - B. редактор отдела
 - C. журналист, автор текста
 - D. ответственный секретарь
- 3. Технические средства в случае необходимости становятся:**
 - A. доказательством полученной информации
 - B. опровержением полученной информации
 - C. украшением полученной информации
 - D. верно все вышесказанное
- 4. Визуальная запись осуществляется посредством:**
 - A. диктофона
 - B. фотоаппарата
 - C. видеокамеры
 - D. сканера
5. Определите место и роль Федеральной антимонопольной службы (ФАС) в сфере рекламного законодательства.
6. Составьте «карту» системы СМК любого региона по желанию. Найдите данные статистики СМК по области (региону), проанализируйте данную статистику. Какие качественные и количественные данные можно получить из этой статистики? Что статистика не показывает? Почему в некоторых источниках говорится, что большая часть СМК в России — это медиа, которые принадлежат государству? Ответ обоснуйте.
7. Дайте классификацию источников законодательства о СМИ. Какой нормативно-правовой акт имеет характер структурообразующего?
8. Напишите пошаговую инструкцию по аккредитации журналиста /СМК для участия в пресс-конференции. На какие иные нормативно-правовые акты, кроме Закона о СМИ, вы будете опираться при разработке этого документа.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных отве-

тов:

- 1. Оптимальным средством ведения информационной внутрикорпоративной работы является:**
 - A. Internet
 - B. Intranet
 - C. E-mail
 - D. официальный web-site организации
- 2. В перечень технических средств PR-специалиста среди нижеперечисленных не входит:**
 - A. компьютер
 - B. видеокамера
 - C. фотоаппарат
 - D. автомобиль
- 3. Основной функциональной обязанностью ответственного секретаря издания СМИ является:**
 - A. корректорская работа над материалами журналистов
 - B. обеспечение выпуска издания
 - C. планирование тематики публикаций
 - D. контроль за финансово-хозяйственной деятельностью издания
- 4. Выпускающий номера издания несет ответственность за:**
 - A. конкретные статьи, заголовки и иллюстрации в номере
 - B. графическое расположение материалов номера
 - C. за весь номер (учитывая только его полиграфическое исполнение)
 - D. за весь номер (учитывая и его текстовое содержание)
5. Какими признаками СМК обладает мобильный телефон? Какого рода правонарушения могут возникнуть при его использовании?
6. Найдите в современных газетах, журналах различные примеры нарушения профессиональной этики журналиста. Кратко опишите, в чем проявилось каждое обнаруженное вами нарушение этики? Прикрепите в вашу работу сканы вырезок с этими публикациями, указывая выходные данные — название издания, год выхода, номер.
7. Найдите художественное произведение русской или зарубежной литературы либо художественный фильм, в котором одним из действующих лиц (главным или эпизодическим) был бы журналист, редактор, рекламный агент. Проанализируйте действия героя с точки зрения современной профессиональной этики журналиста.
8. В малых городах сенсации и горячие новости случаются редко. Журналисты из местных газет, телерадиокомпаний зачастую используют формальные пресс-релизы администрации и других муниципальных учреждений. Ответьте на вопросы: Какие типы информационных сообщений могут быть наиболее востребованные в местных СМИ?

ПК-4.3: Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Знать: основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций

Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивать эффективность коммуникационной инфраструктуры

Владеть: навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры

Показатель оценивания: использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Выберите термин, которому соответствует следующее определение: «вся совокупность возникающих в обществе информационных продуктов, закрепленных с помощью знаков в том или ином материале»
 - а) массовая информация
 - б) социальная информация
 - в) массовое сознание
 - г) массовые информационные потоки
2. Отметьте лишнюю характеристику массовых информационных потоков (МИП):
 - а) непрерывные
 - б) присутствие МИП не осознается человеком
 - в) человек не зависит от МИП
 - г) основное средство удовлетворения первостепенных потребностей общества.
3. Отметьте правильную подборку характерных черт массовой информации:
 - а) формируется спонтанно и организовано, консервируется, подвержена процессам диверсификации и глобализации
 - б) формируется спонтанно и организовано, консервируется, подвержена процессам дифференциации и интеграции
 - в) формируется пассивно и активно, удовлетворяет потребностям некоторых групп общества, имеет социальную направленность.
 - г) нет правильного ответа
4. «Тексты-путеводители» выполняют функцию:
 - а) справочную
 - б) функцию определения движения
 - в) знакомят с другими народами и ценностями
 - г) правильные варианты б и в.
5. Поясните, что имеет ввиду М.Кастельс в своей работе «Информационная эпоха: экономика, общество и культура», когда говорит, что «...специфическим для информационного способа развития является воздействие знания на самознание как главный источник производительности». Основываясь на монографии ученого, составьте перечень из 10 основных характеристик информационного общества.
6. Выделите периоды развития отечественных СМИ XIX–XX веков и их особенности. Опишите различие между толстыми, тонкими, сатирическими журналами. Определите роль «грошовой» газеты. Какое место по отношению к государству и обществу занимала пресса в досоветский и советский период?
7. Определите регионы, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМИ. Назовите возможные причины такого положения в этих регионах.
8. Определите страны, в которых самая тяжелая ситуация с точки зрения свободы слова и деятельности СМИ. Назовите возможные причины такого положения в

этих странах.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. выберите самое широкое понятие
 - а) массовая информация
 - б) социальная информация
 - в) массовый информационный поток
2. Первая периодическая печатная газета появилась в:
 - а) 1625 году
 - б) 1609 году
 - в) 1703 году
 - г) 1623 году
3. Отметьте менее свойственную для печати характеристику:
 - а) информация воспринимается без посредников
 - б) есть возможность быстрого ознакомления с материалами
 - в) информация сохраняется во времени
 - г) оперативность информации
4. Отметьте минус печати:
 - а) распространение информации происходит без техники
 - б) аналитичность информации
 - в) доступна грамотному человеку
 - г) информация сохраняется во времени
5. Составьте «карту» системы СМК любого региона по желанию. Найдите данные статистики СМК по области (региону), проанализируйте данную статистику. Какие качественные и количественные данные можно получить из этой статистики? Что статистика не показывает? Почему в некоторых источниках говорится, что большая часть СМК в России — это медиа, которые принадлежат государству? Ответ обоснуйте.
6. Дайте классификацию источников законодательства о СМИ. Какой нормативно-правовой акт имеет характер структурообразующего?
7. Напишите пошаговую инструкцию по аккредитации журналиста /СМК для участия в пресс-конференции. На какие иные нормативно-правовые акты, кроме Закона о СМИ, вы будете опираться при разработке этого документа.
8. Определите место и роль Федеральной антимонопольной службы (ФАС) в сфере рекламного законодательства.

Вопросы к зачету

1. Сущность понятия «массовая информация» и его основные характеристики.
 2. Модель массово-информационной деятельности в демократическом государстве.
 3. Ценность и полезность массовой информации в современном обществе.
 4. Отличие журналистики от других средств массовой коммуникации.
 5. Этапы выбора аудиторией информационных продуктов.
 6. Влияние развития информационно-коммуникационных технологий на формы массово-информационной деятельности.
 7. Массовые информационные потоки как способ существования массовой информа-
-

ции.

8. Законодательное регулирование массово-информационной деятельности.
9. Основные функции массовой коммуникации.
10. Информационная политика российского государства.
11. Диалектическое взаимодействие бизнеса и средств массовой информации.
12. Влияние информационных служб на медийную повестку дня.
13. Конвергенция как фактор преобразования медиасистем.
14. Структура и типологические признаки классификации СМИ как системы.
15. Система современного телевидения и ее основные параметры.
16. Структурно-функциональные характеристики российского радиовещания.
17. Онлайновая журналистика, ее особенности и перспективы развития.
18. Правовые основы деятельности СМИ как хозяйствующих субъектов.
19. Экономические особенности телевизионной индустрии.
20. Экономические особенности издания газет и журналов.
21. Экономические особенности радиовещания.
22. Экономика онлайновых СМИ и ее особенности.
23. Структурно-функциональные характеристики редакционного коллектива.
24. Методы управления персоналом на медиапредприятии.
25. Типы рекламы в средствах массовой информации.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Связи с общественностью через СМИ»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью
Показатель оценивания: способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.
Показатель оценивания: осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
ПК-1.3: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
Показатель оценивания: осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Шкала оценивания – зачтено, не зачтено

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью
Показатель оценивания: способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Определите понятие «Связи с общественностью». Что это?**
 - А. Коммуникации в обществе;
 - Б. работа средств массовой информации (СМИ);
 - В. отношения между элементами социальной структуры;
 - Г. коммуникации между субъектом и социальной средой, помогающие укреплению доверия.
- 2. Каким образом реклама помогает укреплению общественных связей?**
 - А. Информированием о высоком качестве продукции;
 - Б. воспитанием тонкого вкуса у населения;
 - В. помогает фирма (организации) приобрести известность;
 - Г. помогает рекламодателю занять прочное место на рынке.
- 3. Что такое «имидж» ?**
 - А. Известность;
 - Б. внешний вид;
 - В. желательная модель лучшего будущего;
 - Г. образ субъекта, воспринимаемый другими.
- 4. Главное требование к пресс-релизу?**
 - А. наличие заголовка
 - Б. наличие общественно-значимого факта
 - В. наличие аналитики
 - Г. наличие коммерческой информации.

5. В обыденном сознании россиян понятия рекламы и связи с общественностью чаще всего сливаются воедино. Заполните следующую таблицу сравнительных различий между рекламой и связями с общественностью.

Сравнимые параметры	Традиционная прямая реклама	Связи с общественностью
Цель		
Средства		
Постановка задач		
Объект		
Характер мероприятий		

6. У деятельности по организации связей с общественностью очень много «родственников». Что общего и в чем различие понятий: связи с общественностью, маркетинг, паблисити и пропаганда? Попробуйте графически изобразить их соотношение.
7. Внимательно следующие определения ПР, данные разными авторами. Выпишите то общее, что присутствует во всех подходах к понятию. Какие сущностные черты деятельности ПР Вы можете назвать, изучив предложенные определения?
- Блэк С.: ПР - « установление двустороннего общения для выявления общих представлений или общих интересов и достижения взаимопонимания , основанного на правде , знании и полной информированности» .
 - Э. Бернейз: "это усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот".
 - Невзлин Л.Б. : ПР - «управленческая деятельность , направленная на установление взаимовыгодных , гармоничных отношений между организацией и общественностью , от которой зависит успех функционирования этой организации»
 - Алешина И.В. : ПР - «самостоятельная функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и ее общественностью».
 - Чумиков А.Н.: "это система информационно-аналитических и процедурно-технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта.
 - Зверинцев А.Б.: "профессиональная деятельность по достижению эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и внешней средой".
8. Основные теоретические подходы к пониманию природы связей с общественностью условно делятся на альтруистический, компромиссный, прагматический и коммуникационный. Определите, к какому из названных подходов соответствуют выше перечисленные определения ПР.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В чем специфика связей с общественностью в бизнесе?
- А. В их ориентированности на торговлю и сбыт продукции;
- Б. в том, что они помогают обманым действиям;

- В. в укреплении отношений между организациями;
- Г. в укреплении отношений доверия между производителями и потребителями.

2. Каковы цели и задачи пресс-конференции?

- А. регулярная встреча с журналистами;
- Б. оповещение о какой-либо новости;
- В. разъяснение позиции фирмы (организации, частного лица) по важному вопросу;
- Г. информирование о состоянии дел внутри организации

3. Что такое пресс-тур?

- А. Организованный выезд журналистов в регион с целью ознакомления их с работой организации или местных органов власти;
- Б. туристическая поездка журналистов;
- В. ряд последовательно проведенных пресс-конференций;
- Г. пресс-конференция в дипломатическом представительстве.

4. Что такое пресс-релиз?

- А. Короткая информация о товаре;
- Б. краткое сообщение о мероприятии с приглашением на него журналистов;
- В. инструктивное письмо для представителей прессы и общественности;
- Г. статья с сообщением сведений о фирме (организации).

5. Ознакомьтесь с текстом. Ответьте на вопросы.

1. Дайте характеристику особенностей взаимодействия государства и общества, проявляющуюся в описанной ситуации.
2. Определите, какая содержательная модель связей с общественностью характерна была для означенного в описании периода. Охарактеризуйте ее.

Текст для анализа

В СССР решено однажды и навсегда, что по любому вопросу должно быть только одно мнение. Впрочем, сознание людей сформировано таким образом, что этот конформизм им не в тягость, он для них естественен, они его не ощущают... Каждое утро «Правда» им сообщает, что следует знать, о чем думать и чему верить. И нехорошо не подчиняться общему правилу. Получается, что, когда ты говоришь с каким-нибудь русским, ты говоришь словно со всеми сразу.[Вечер в Сухуми], банкет. Обычные многочисленные тосты. Когда уже было выпито за всех гостей и хозяев, поднимается Джеф Ласт и по-русски предлагает поднять бокалы за победу Красного фронта в Испании. Бурные аплодисменты, но, как нам показалось, не без легкого замешательства. И сразу, как бы в ответ – тост за Сталина. В свою очередь я предлагаю тост за политических заключенных в Германии, Венгрии, Югославии... На этот раз аплодируют искренне, чокаются, выпивают. И тотчас опять – тост за Сталина. Нам становится понятным, что по отношению к жертвам фашизма в Германии и повсюду – все знают, какую следует занимать позицию. Что же касается событий в Испании, все, как один, ждут указаний «Правды», которая по этому поводу еще не высказалась.

(Андре Жид. Возвращение в СССР. 1936 г.)

6. Прочитайте текст. Определите, какая модель связей с общественностью использовалась и каковы были цели предпринимаемых шагов. Оцените используемую модель с точки зрения ее эффективности.

Описание ситуации

Франклин Делано Рузвельт по совету эксперта Луиса МакГенри Хау пропагандировал образ довольного жизнью и уверенного в себе человека... Он обращался к народу по радио и улыбался на фотоснимках. Его имя упоминалось в популярных песнях. Он даже разрешил показать себя одним из главных действующих лиц музыкальной комедии Род-

жера и Харта...

Л.Хау убедил и Элеонору Рузвельт заняться общественной деятельностью. Она всегда интересовалась общественной жизнью, еще в возрасте 18 лет вступив волонтером в Национальную Лигу потребителей. С помощью Хау она организовала специальные конференции только для женщин-репортеров, потом их стали называть «газетными курицами». Из-за своего пола их часто не приглашали на другие важные пресс-конференции, зато у Элеоноры они получали эксклюзивную информацию.

7. Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться труднее, чем с самим кризисом. Какие кризисы могут породить следующие слухи:
 - банкротство организации с последующим выкупом контрольного пакета заместителем директора по экономическим вопросам;
 - сокращение объема производства и отправление в административный отпуск четверти персонала;
 - отставка вице-губернатора и назначение на эту должность бывшего начальника управления ФСБ?

Разработайте план противодействия негативной информации.

8. Разработайте формат бейджей для гостей и организаторов\участников следующих событий:
 - пресс-конференция «Телевизор нового поколения», посвященная выходу на рынок новой модели мини-телевизора;
 - медиа-презентация экологически чистого напитка «Живая капля»;
 - форум представителей малого бизнеса;
 - тест-драйв малотоннажного автомобиля для малого бизнеса;
 - свой вариант.

По результатам обсуждения выработайте 5-7 основных требований, которым должен соответствовать бейдж.

ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.
ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В чем состоит задача PR-служб в государственных структурах?
 - А. В оперативной информации журналистов;
 - Б. в проведении социологических исследований среди населения;
 - В. в сборе информации;
 - Г. в разработке PR-стратегии для государственного органа и анализе ее выполнения.
2. В чем специфика PR-деятельности в коммерческих структурах?
 - А. В направленности на благотворительность;
 - Б. в формировании благоприятного имиджа компании;
 - В. в контактах с налоговыми органами;
 - Г. в направленности ее на изучение рынка.
3. Допускают ли служебные обязанности работника PR

- А. обман общественного мнения;
- Б. прием предварительной оплаты за услуги;
- В. конкуренцию с коллегами по PR;
- Г. соблюдение полной конфиденциальности.

4. Что входит в содержание понятия "неречевые средства коммуникации"?

- А. Умение быстро передвигаться в пространстве;
- Б. жестикуляция и кинезис;
- В. почтовая переписка;
- Г. правовые акты о работе СМИ.

5. **Проанализируйте** качественные характеристики следующих лиц и организаций как «производителей» информации: – В.В. Путин; – Коммунистическая партия Российской Федерации; – Эдуард Лимонов; – Валерия Новодворская; – свой вариант.
6. Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться тяжелее, чем с самим кризисом. Какие слухи могут породить следующие кризисы? 1. Банкротство организации с последующим выкупом контрольного пакета заместителем директора по экономическим вопросам. 2. Сокращение объема производства и отправление в административный отпуск четверти персонала. 3. Отставка вице-губернатора и назначение на его пост бывшего начальника ФСБ. Используя стратегии борьбы со слухами, предложите конкретные действия по борьбе со слухом. «Слух» выбирается самостоятельно.
7. *Cygnalabs*, фармацевтическая фирма средних размеров, расположенная в Солт-Лейк-Сити, разработала лосьон для защиты от солнечных лучей. Этот продукт под названием «Sun-Cure» присоединится к аналогичным продуктам, выставленным на полках магазинов. Тестирование независимой лабораторией показывает, что «Sun-Cure» особенно эффективно блокирует UVB-лучи, вызывающие ожоги и даже преждевременное старение кожи. Это хороший продукт, получающий высокие оценки дерматологов.

К сожалению, публика по-прежнему демонстрирует нетвердое знание различий между лосьонами от загара и лосьонами для загара, а также чрезмерно ценит достоинства конкурирующих брендов. Ваша фирма по связям с общественностью получила задание разработать программу по широкому рекламированию «Sun-Cure», которая охватит ежедневные газеты, избранные журналы, радио и телевидение. Какие стратегии коммуникации вы разработаете для освещения продукта в каждом из СМИ?

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Почему пожилая аудитория так важна в Соединенных Штатах и каковы некоторые ее характеристики?
 2. На какой основе редакторы газет отбирают пресс-релизы, которые они будут публиковать?
 3. Хороший работник по связям с общественностью знает, как создать новостные события. Почему это важно?
8. Местное отделение Общества связей с общественностью Америки (*Public Relations Society of America (PRSA)*) выступает спонсором соревнования по созданию лучшего текста, победитель которого получит стипендию в \$2500. Тема работы: «Почему у меня есть все, что нужно для успешной карьеры в сфере связей с общественностью». Напишите текст объемом в 1 тыс. слов на эту тему.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Почему некоторые бывшие газетные журналисты терпят неудачу, пытаясь работать в сфере связей с общественностью?
2. Можете ли вы назвать четыре основные области деятельности специалиста по

связям с общественностью?

3. Какие уровни работы специалиста по связям с общественностью являются базовыми?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Что мы считаем основными целями деятельности по связям с общественностью?**
 - А. изменение организационного устройства;
 - Б. создание корпоративной интеграции;
 - В. создание репутации;
 - Г. увеличение числа продаж.
2. **Репутация организации имеет сложное строение. Какие составляющие репутации вы можете отметить?**
 - А. лояльность;
 - Б. доверие;
 - В. интеграция;
 - Г. справедливость.
3. **Какие основные отличия существуют у рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью?**
 - А. различные целевые аудитории;
 - Б. различные каналы воздействия на целевые аудитории;
 - В. различные отношения к рынку и маркетингу;
 - Г. различные способы мотивации целевых аудиторий.
4. **Какие виды связей с общественностью вы можете отметить?**
 - А. социальные;
 - Б. мотивационные;
 - В. этноцентристские;
 - Г. межинституциональные.
5. **Через несколько месяцев вы получаете университетский диплом и рассчитываете сделать карьеру в области связей с общественностью. После прохождения нескольких интервью вы получаете два предложения о работе.**

Одно из них поступает от высокотехнологичной компании, которая работает в области производства струйных принтеров и сканнеров для потребительского рынка. Отдел корпоративных коммуникаций этой компании состоит примерно из 20 сотрудников и в данном отделе является общепринятой практикой, что молодой специалист начинает с работы по подготовке публикаций для внутрикорпоративных изданий или с обеспечения публичности нового вида продукции. Позднее, по мере приобретения опыта, вы можете получить назначение на работу в области маркетинговых коммуникаций для группы товаров или же на работу в специализированной области (такой, например, как отношения с инвесторами, работа с правительственными организациями или даже отношения с сообществом).

Второе предложение о работе исходит от местного филиала крупного (общенационального уровня) агентства по связям с общественностью. Приняв это предложение, вы можете начать с должности ассистента исполнительного координатора и

работать сразу над несколькими проектами (среди которых, к примеру, может оказаться сеть ресторанов быстрого питания и страховая компания). В обоих случаях оплата одинаковая, но корпорация предлагает вам лучший пакет социального обеспечения и медицинскую страховку. Принимая во внимание все «за» и «против» при выборе работы на агентство по связям с общественностью или на корпорацию, что вы предпочтете в соответствии с вашими склонностями и способностями? Объясните причины вашего выбора.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Как в последние годы изменились роль и функции отделов по связям с общественностью?
2. Каким образом общая структура и культура организации влияют на роль и характер работы ее отдела по связям с общественностью?
3. Какие знания требуются сегодня от менеджера отдела по связям с общественностью?

6. Компания *Universal Manufacturing Corporation* расположена в городе с 500-тысячным населением в районе Среднего Запада. Эта одна из крупнейших компаний в стране состоит из 6 тыс. работников и находится в месте своего нынешнего расположения в течение последних 50 лет. Однако, несмотря на эти рекордные показатели, руководство компании полагает, что компания не добилась выдающегося имиджа и надежной репутации в местном сообществе.

Руководитель отдела по связям с общественностью получает задание подготовить новый план проведения PR-мероприятий на ближайший финансовый год. Первая из выработанных ею рекомендаций заключается в том, чтобы провести исследование того, как местное общество воспринимает имидж компании.

Если бы вы были руководителем отдела по связям с общественностью данной компании, какие неформализованные методы исследовательской работы вы стали бы использовать? Какие более формализованные методы исследования могли бы быть использованы для данной цели? Какого рода информация об имидже компании должна быть собрана?

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Какое значение для специалиста по связям с общественностью имеет исследовательская работа?
2. Ответы на какие вопросы следует получить, прежде чем приступить к выработке структуры предстоящего исследования?
3. Назовите по меньшей мере пять исследовательских методик, используемых в работе специалистов по связям с общественностью.

7. Сеть кафе *Expresso Unlimited* нанимает вас в качестве директора по связям с общественностью и маркетингу. Среди ваших идей: (1) серия рекламных объявлений, демонстрирующая фотографии и цитаты удовлетворенных клиентов; (2) наем внештатного фотографа для создания портфеля снимков, которые можно будет использовать в журнальных статьях, брошюрах, бюллетенях и рекламе; (3) перепечатка и распространение различных журнальных статей, в которых писалось о компании; (4) организация внутреннего бюллетеня для сотрудников с упором на их черты и личности; (5) включение в бюллетень и рекламу юмористических рисунков о питье кофе из различных изданий, включая «*New Yorker*»; (6) цитирование правительственного исследования, где дается рейтинг качества кофейных бобов из разных частей света, с указанием, что *Expresso Unlimited* использует только кофе высочайшего качества; (7) написание пресс-релиза, где цитируется опрос, в котором указывается, что 8 из 10 серьезных приверженцев кофе предпочитают *Expresso Unlimited*; (8) создание домашней страницы в Интернете, куда были бы включены изображения знаменитых людей за чашкой кофе.

Подготовьте меморандум, обрисовывающий юридические и директивные факторы,

которые следует принять во внимание, осуществляя данную деятельность.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Почему сотрудникам и фирмам по связям с общественностью необходимо знать юридические аспекты создания и распространения сообщений?
2. Какие предосторожности может принять сотрудник по связям с общественностью, чтобы избежать судебных исков о клевете?
3. В чем состоит концепция честного комментария и критики? Есть ли какие-либо ограничения?

8. *Sunshine Cafe*, сеть кофеен, провела исследования рынка и выяснила, что студенты колледжей были бы прекрасной аудиторией потребителей. Для этого результата *Sunshine Cafe* связывается с вашей фирмой по связям с общественностью и просит вас разработать всеобъемлющий план для того, чтобы: (1) создать осведомленность о бренде среди студентов колледжей; (2) повысить процент посетителей, приходящих в местные точки сети в студенческих городках при университетах.

Используя структуру плана из восьми пунктов, описанную в этой главе, напишите PR-программу для *Sunshine Cafe*. Вам следует учесть разнообразные инструменты коммуникации, включая мероприятия в студенческом городке. Однако на рекламу как таковую денег не выделено.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Почему планирование так важно в процессе связей с общественностью?
2. Что такое УПЦ и как оно может быть применено к PR-планированию?
3. Назовите восемь элементов плана PR-программы.

ПК-1.3: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
Показатель оценивания: осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Какой канал способен оказывать наибольшее воздействие на представителей целевых аудиторий?**
 - А. телевидение;
 - Б. межличностный канал;
 - В. радио;
 - Г. пресса.
2. **Что собой представляют спецмероприятия по связям с общественностью?**
 - А. рекламные кампании;
 - Б. совещания;
 - В. выставки;
 - Г. рефрейминг.
3. **Какая особенность использования каналов отмечается у спецмероприятий по связям с общественностью?**
 - А. используется сочетание различных каналов;

- Б. используется один, наиболее эффективный канал;
- В. используется суггестивное воздействие;
- Г. используется телевидение.

4. Какие характеристики целевой аудитории следует учитывать в ходе коммуникативного воздействия?

- А. коммуникативные;
- Б. социально-демографические;
- В. психоаналитические;
- Г. имиджевые.

5. Женский спорт, как любительский, так и профессиональный, в последние годы привлекает все больше участников. *Nike*, осознавая эту тенденцию, разработала новую обувь, предназначенную для женщин-баскетболисток. Разработайте программу маркетинговых связей с общественностью для этого продукта, которая будет также скоординирована с рекламной и промоушновой программами. Проявите оригинальный взгляд на вещи и уровень своей компетенции в области связей с общественностью. Включите в программу план ответов на критические замечания в адрес использования компанией *Nike* более дешевого иностранного труда при изготовлении обуви. Этот план, в зависимости от вашей точки зрения, может варьироваться от шагов по защите от несправедливых высказываний до защиты свободных рынков труда.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Почему восприятие корпорации публикой так важно для ее успеха?
 2. Что вызвало рост потребительского движения в США между 1960 и 1980 гг.? Кто был его самым известным лидером?
 3. Участвовали ли вы когда-нибудь в бойкоте товара (услуги)? Если да, то считаете ли вы, что бойкот достиг своей цели? Если не достиг, то почему?
6. Частью либерализации в Восточной Европе стало то, что бывшая Чехословакия теперь превратилась в две республики со свободно избираемыми правительствами. В Чешской Республике для улучшения экономики страны национальное туристское агентство хочет прорекламировать Прагу в качестве главного пункта назначения для зарубежных туристов в Восточной Европе.

У Чешской Республики достаточно достоинств, чтобы рекомендовать ее в этом качестве. Большая часть страны во время Второй мировой войны избежала обширных бомбардировок, поэтому сохранила старинные замки, здания и средневековые церкви, считающиеся одними из красивейших в Европе. Столица страны Прага – особенно красивый город, обладающий шармом Старого Света. Питание и проживание, по сравнению с ценами в других европейских столицах, относительно недороги.

Ваша фирма по связям с общественностью приглашена Чешским туристическим агентством для привлечения американских туристов. Каковы ваши рекомендации относительно: (1) конкретных аудиторий, которые нужно привлечь; (2) ключевых тем, на которых нужно заострить внимание; (3) рекламных и промоушновых технологий, которые будут использованы?

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Что подразумевается под международными связями с общественностью? Каковы причины их роста в последние десятилетия?
2. Как связи с общественностью включены в современный комплекс деятельности глобального маркетинга?
3. Каковы трудности, с которыми может столкнуться корпорация, когда ведет бизнес в другой стране? Перечислите некоторые из подводных камней, которые могут подстерегать ее сотрудников по связям с общественностью, рекламный и маркетинговый персонал в таких предприятиях. Как они могут быть преодолены частично или полно-

- стью?
7. Американский совет по зрению – это профессиональная группа, представляющая оптическую индустрию. Три центральные группы ее членов – офтальмологи, оптики и оптометристы.
После того как исследование выявило, что родители не стремятся вести детей на обследование глаз, потому что полагаются на бесплатные осмотры в школе, группа решает запустить программу просвещения потребителей. Дополнительное исследование показывает, что 80% учебы в возрасте до 12 лет происходит через зрение, при этом традиционные школьные осмотры упускают от 70 до 80% детских проблем со зрением.
Ваше агентство по связям с общественностью нанято для проведения общенациональной потребительской просветительской кампании, которая бы подчеркивала важность ежегодного осмотра глаз у детей. Что бы вы предложили? Элементы программы, которые вам нужно рассмотреть, включают ключевые группы публики, темы сообщений, время года, стратегии и типы коммуникативных инструментов.
 8. Факты: в течение 20 лет в некоем городе на Американском Западе с населением 150 тыс. человек проводилась волонтерская программа «Обеды на дом», доставляющая блюда людям, не выходящим из дома. Однако финансовые пожертвования, помогавшие поддерживать этот проект, истощились, так же как и волонтерские силы, что поставило под угрозу продолжение этого гуманитарного проекта. Ваше агентство по связям с общественностью было приглашено одной из местных церквей, чтобы оживить программу.
Следуя четырехэтапному процессу, рассмотренному в ч. II этой книги, разработайте программу для достижения этой задачи. Определите аудитории, к которым вам следует обращаться. Объясните конкретно, что вы будете стремиться узнать во время исследования, опишите план действий, который вы примените, расскажите, как будете передавать свое сообщение, и набросайте план оценки.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Какие основные стимулы вы можете выделить в модели убеждающей коммуникации?**
 - А. ситуация;
 - Б. аудитория;
 - В. фокусированное внимание;
 - Г. шум.
 2. **Какие характеристики целевой аудитории следует учитывать в ходе коммуникативного воздействия?**
 - Д. коммуникативные;
 - Е. социально-демографические;
 - Ж. психоаналитические;
 - З. имиджевые.
 3. **Как соотносятся имидж организации и репутация?**
 - А. репутация является основой имиджа;
 - Б. имидж является основой репутации;
 - В. имидж и репутация никак не связаны;
 - Г. имидж и репутация это одно и то же.
-

4. Какие действия непосредственно предшествуют формированию PR-стратегии?

- А. брендинг;
- Б. ориентация организации в отношении внешнего окружения;
- В. создание профиля рекламы;
- Г. фиксация рынка.

5. У Юго-Западного университета (*Southwestern University*) проблема из области связей с общественностью. Администрация кампуса, следуя примеру многих других университетов, подписала контракт с *Carl Jr.*, по которому в университетском городке открывается на льготных условиях предприятие быстрого питания. Решение было принято на конкурсной основе, и администраторы университетского городка решили, что *Carl Jr.* – наилучший способ удовлетворить потребности голодных студентов. В здании Студенческого союза уже началась перепланировка для размещения нового предприятия, когда, к удивлению многих, университетская студенческо-преподавательская ассоциация геев и лесбиянок публично осудила контракт.

Представители организации утверждают, что университет не должен разрешать *Carl Jr.* действовать на территории кампуса, потому что основатель компании Карл Карчер – противник геев. Они говорят, что 20 лет назад он сделал политическое пожертвование сенатору штата, выдвинувшему в законодательном органе штата билль, который запретил бы учителям-гомосексуалистам работать в школе. Билль, однако, так и не прошел. Хотя Карчер больше активно не участвует в управлении сетью ресторанов, ассоциация геев и лесбиянок утверждает, что университету следует подтвердить свою приверженность идеям разнообразия и равенства, отказавшись от этого предприятия. Президент университета загнан в угол, поскольку он очень красноречиво говорил о климате в кампусе и выражал нетерпимость к любой форме выражения ненависти.

Если бы вы были вице-президентом университета по связям с общественностью, что бы вы порекомендовали? Следует ли университету отменить контракт, чтобы удовлетворить ассоциацию геев и лесбиянок? Как насчет многочисленных студентов университета, которые надеются получить на территории университетского городка закусочную быстрого питания? Какие шаги вы бы рекомендовали для разрешения вопроса?

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Отраслевые ассоциации, как и другие членские организации, часто имеют головной офис в Вашингтоне или в столице штата. Почему?
 2. Какие трудные задачи встают сегодня перед профсоюзами?
6. Зимбабве в Южной Африке хочет привлечь больше иностранных туристов. Ее туристическая индустрия хорошо развита, а в стране есть ряд привлекательных объектов. Среди них – водопад Виктория, национальный парк Хванге, развалины Великого Зимбабве, восточное нагорье, а также замечательные народные искусство и ремесла.

Ваше агентство по связям с общественностью нанято для того, чтобы широко оповестить американский рынок о Зимбабве как о желанном для туристов месте. Какие ключевые группы публики вы будете пытаться привлечь и как вы будете их сегментировать? Какие коммуникационные стратегии и сообщения вы примените? Какие виды СМИ будут наиболее подходящими для ваших целей?

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Почему студентам, изучающим связи с общественностью, необходимо понимать, как функционирует ремесло персонального рекламирования, даже если они не планируют работать с клиентами из мира театра или спорта?
2. Какой из пяти мотивирующих факторов в культе личности (слава, дурная известность, самопрославление, улучшение испорченного имиджа, стремление к деньгам) имеет для вас наибольшее значение и почему?
3. Назовите два психологических фактора, лежащих в основе американской одержи-

мости знаменитостями.

7. Больница округа Эшленд очень много участвует в просвещении в области здравоохранения, что является частью его работы по профилактике. В прошлом больница распространяла листовки о различных заболеваниях и проводила в округе семинары на темы: как бросить курить, важность физических упражнений, как определить ранние сигналы рака.

Однако новые технологии теперь позволяют больнице расширить свой потенциал в медицинском просвещении. Сформулируйте предложения о том, как больница могла бы использовать Интернет, электронную почту, CD-ROM, факс и дискеты для распространения информации о защите здоровья среди жителей общины.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Какая часть Интернета содержит «домашние страницы» и что означает этот термин?
 2. Что такое «информационная суперскоростная магистраль» и каковы некоторые из ее приложений?
 3. Дайте определения терминам *электронная почта, система прямой трансляции (DBS), интерактивное видео, настольное издательство, модем, база данных, телеконференция, медленное сканирование и CD-ROM*.
8. Кливлендский репертуарный театр в следующем месяце переезжает в свой новый дом. Здание стоимостью \$25 млн является частью плана перестройки делового центра города. Оно имеет систему освещения и звука на самом современном уровне, места для 750 зрителей и помещения для репетиций. Архитекторами выступают *Skinner & Associates*, а подрядчиком – *BK Industries*. Джулия Эндрюс, звезда экрана и сцены, станет почетным гостем на официальном открытии.

Напишите общий пресс-релиз о театре и его планируемом торжественном открытии. Во-вторых, напишите рекламное письмо в местные СМИ, поощряя их написать очерки о новом здании заранее, еще до открытия. В-третьих, напишите оповещение или рекомендацию для СМИ, сообщающее, что Джулия Эндрюс в определенный день будет доступна для интервьюирования. Вставьте подходящие цитаты и информацию, которую вы считаете необходимой.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Что такое *эмбарго* пресс-релиза? Имеет ли оно какое-нибудь законодательное подкрепление?
2. Каковы требования оформления для привлекательного пресс-релиза?
3. Консультанту по связям с общественностью следует дать клиенту завизировать копию текста каждого пресс-релиза перед распространением. Зачем?

Вопросы к зачету

1. Определение понятий «связи с общественностью» и «средства коммуникации». Различия между терминами СМК и СМИ.
2. Особенности использования различных видов коммуникаций в связях с общественностью: сильные и слабые стороны использования каждого вида средств коммуникаций в ПР-кампаниях.
3. Виды и специализация СМИ с точки зрения связей с общественностью.
4. СМИ и Интернет.
5. Специфика использования различных видов СК в ПР-поддержке деятельности государственных учреждений и организаций, коммерческих структур, общественно-политических организаций и объединений.
6. Критерии отбора и оценки эффективности использования средств коммуникации для различных ПР-мероприятий и программ.
7. Определение целевой и ключевой аудиторий. Виды и категории целевых аудиторий.

8. Функции и задачи ПР-специалистов в работе со средствами массовой информации.
9. Практика использования средств коммуникации в связях с общественностью. Основные этапы эволюции взаимоотношений со СМИ.
10. Виды рабочих ПР-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
11. Виды ПР-мероприятий для развития взаимоотношений со СМИ
12. Специальные и промоушн ПР- мероприятия.
13. Корпоративные public relations.
14. Особенности взаимодействия со СМИ в период кризисных ситуаций.
15. Критерии эффективности использования средств коммуникаций в ПР.
16. Тактика налаживания двусторонних связей с профессиональными журналистскими организациями и объединениями.
17. Основные критерии оценки эффективности ПР-кампаний в СМИ.
18. Сегментация на рынке СМИ. Характеристика деловой прессы.
19. Основные параметры имиджевой информационной кампании в СМИ.
20. Понятие о базе данных для целевых СМИ. Принципы формирования баз данных СМИ
21. Понятия о пресс-клиппинге, медиа – мониторинге. Виды пресс-релизов.
22. Виды и основные системы мониторинга СМИ.
23. Особенности организации работы корпоративного пресс-центра/пресс-бюро. Функции и задачи.
24. Этика и профессиональные стандарты ПР, регламентирующие взаимоотношения со СМИ.
25. Развитие отношений с персоналом с помощью средств коммуникации.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.



ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Управление PR-проектами»***



1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм
Знать: критерии отбора вариантов решений.
Уметь: выбирать оптимальный вариант решения
Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основных направлений работ
УК-2.3 Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.3 Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-2.1 Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.
ПК-2.3 - Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов.
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3.1 - Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью

Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR- проекта.
ПК-3.2 - Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.
ПК-3.3 - Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Владеть: навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Критерии оценивания:

Оценка «отлично/зачтено». Доказывает глубокое знание содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения; умение: ориентироваться на рынке маркетинговой информации; грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; осуществить анализ рыночных параметров; разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.

Оценка «хорошо/зачтено». Доказывает знание содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения; умение: ориентироваться на рынке маркетинговой информации; грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; осуществить анализ рыночных параметров; разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. Допускаются незначительные неточности в расчетах при решении практических заданий.

Оценка «удовлетворительно/зачтено». Доказывает фрагментарное содержания основных тем пройденного курса, а также разделов тем для самостоятельного изучения; умение: ориентироваться на рынке маркетинговой информации; грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; осуществить анализ рыночных параметров; разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. Допускаются ошибки в расчетах при решении практических заданий, отсутствуют ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не удовлетворительно». Отсутствуют ответы на теоретические вопросы

и/или решение практических заданий. Промежуточная аттестация проводится повторно.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм
Знать: критерии отбора вариантов решений.
Уметь: выбирать оптимальный вариант решения
Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основные направлений работ

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. К ключевым стейкхолдерам относятся:

- а) инвестор
- б) заказчик
- в) руководитель проекта
- г) все ответы верны

2. К видам организационных структур НЕ относится:

- а) функциональная структура
- б) проектная структура
- в) ориентационная структура
- г) матричная структура

3. В PR общественность принято делить на группы:

- а) позитивную и негативную
- б) внешнюю и внутреннюю
- в) ближнюю, дальнюю и очень дальнюю
- г) свою и чужую

4. К наиболее обобщенным видам подходов, используемых PR-специалистами при определении целевых групп общественности НЕ относится:

- а) репутационный
- б) географический
- в) психографический
- г) кооперативный

5. Практическое задание:

Опишите основные преимущества и недостатки матричной организационной структуры в PR-проекте.

В каких отраслях Вы применили бы данную структуру?

Ответ представьте в форме эссе.

6. Продолжите фразу: Лидерский тип: самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения это —...

7. Продолжите фразу: Пятиуровневая иерархия потребностей А.Маслоу включает...

8. Практическая ситуация:

Ваша компания является интернет-провайдером.

На линии произошел сбой, который оставил без выхода в сеть Интернет Ваших клиентов по всему региону. Проблема была устранена через двое суток, однако репутации компании был нанесен ущерб и некоторые клиенты сменили провайдера.

Какое из PR-мероприятий необходимо провести для восстановления имиджа?

Какие варианты движения и желаемый результат нужно прописать в плане PR-кампании?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. К ключевым этапам организации и реализации PR-проекта относится:

- а) определение проблемы
- б) планирование
- в) реализация
- г) все ответы верны

2. Вид деятельности, НЕ являющийся близким к PR – это...

- а) продажи
- б) маркетинг
- в) реклама
- г) мерчендайзинг

3. С точки зрения проект-менеджера структурирование жизненного цикла проекта состоит из следующих этапов:

- а) фиксация деловой идеи, ее осмысление, экспертная оценка о целесообразности разработки идеи
- б) принятие решения о разработке идеи и ее профессиональная разработка, сведение итогов в бизнес-план и принятие проектного решения;
- в) сдача-приемка проектного объекта и начало коммерческой эксплуатации проекта до момента окончания срока эксплуатации проекта
- г) все предыдущие ответы верны

4. К основным процессам управления проектами относятся:

- а) общее управление изменениями
- б) управление ресурсами
- в) управление целями и качеством
- г) все предыдущие ответы верны

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: В PR общественность принято делить на группы: ... и ...

7. Продолжите фразу: Дорожная карта разработки проекта – это ...

8. Практическая ситуация:

Руководство одного из банков региона к Вам с **просьбой**: как наиболее креативно и аргументировано изложить цель, задачи, целевую аудиторию и мероприятия проекта, направленного на обучение населения финансовой грамотности.

Их также интересует содержательная часть проекта: кого учить, в каких формах должно проходить обучение?

Подготовьте смету для обучения группы слушателей в количестве 25 чел. по 18-часовой учебной программе.

Ваши советы изложите в виде PR-проекта по заданной теме.

УК-2.3 Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Для составления задач PR-кампании необходимо использовать следующие рекомендации:

- а) начать с трех вариантов движения к заданному результату: "увеличить", "уменьшить", "сохранить"
- б) указать желаемый результат PR-кампании
- в) определить точную дату, к которой должен быть получен конкретный результат
- г) предыдущие ответы верны

2. Креативный бриф - это...

- а) устный договор о намерениях
- б) краткое соглашение о тактике действий
- в) бриф - это своего рода дорожная карта, определяющая различные этапы, которые необходимо пройти от начала работы над проектом и до его окончания
- г) устав фирмы

3. Кто участвует в написании брифа?

- а) менеджер
- б) клиент
- в) креативная команда
- г) все ответы верны

4. Член команды PR-проекта, который выдвигает идеи и стратегии, уделяя особое внимание главным проблемам, с которыми сталкивается группа это:

- а) генератор идей
- б) оформитель
- в) критик
- г) председатель

5. Практическое задание: соотнесите факторы влияния на проект с соответствующим окружением (дальнее, внутреннее, прочее)

Смена руководства области (республики, края)	
Увеличение финансирования проекта	
Использование в проекте новейших компьютерных программ	
Смена руководителя проекта	
Реализация проекта в летнее время	
Забастовка рабочих в регионе	
Увольнение сотрудника, занятого в проекте	
Переход уволившегося сотрудника в конкурирующую фирму	

6. Заполните пропуски: Деление общественности с точки зрения весомости происходит на ..., ..., ..., ..., и ... группы

7. Продолжите фразу: К основным процессам управления проектами относятся ...

8. Практическая ситуация

Общественная организация региона готовит для участия в конкурсе президентских грантов социальный проект «Символы и гордость малой Родины». Руководство организации попросило Вас дать консультацию: как наиболее креативно и аргументировано изложить цель, задачи, целевую аудиторию и мероприятия проекта.

Какие советы Вы дадите?

Изложите их в виде PR-проекта по заданной теме.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Для осуществления PR-проекта на протяжении его жизненного цикла привлекаются специалисты различной квалификации. В каких случаях необходимо и полезно обучение членов команды?

- а) если член команды только начинает свою деятельность в проекте
- б) когда члену команды поручают новую работу в проекте
- в) когда у человека не хватает определенных знаний, умений и навыков для эффективного выполнения своей работы в проекте
- г) все предыдущие ответы верны

2. Лидерский тип: самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения это –

- а) ситуативный лидер
- б) вожак
- в) эмоциональный лидер

3. Выберите верное утверждение:

- а) руководитель проекта является не безучастным наблюдателем, а частью группы и работает в тесном контакте с ней
- б) руководитель проекта не несет ответственности за создание и модификацию плана разработки продукта
- в) руководитель проекта фокусирует свое внимание на промежуточных результатах проекта
- г) руководитель проекта не сосредотачивает свое внимание на рисках

4. Основными целями оптимизации денежных затрат являются:

- а) обеспечение сбалансированности объемов денежных потоков
- б) обеспечение роста чистого денежного потока предприятия
- в) обеспечение синхронности формирования денежных потоков во времени
- г) все ответы верны

5. Практическое задание:

В практике встречаются примеры, когда итоги проектной деятельности, после завершения проекта, превращаются в «руины».

Опишите проблему «руин» проекта.

Приведите примеры мировой и отечественной практики дальнейшего использования (или неиспользования) «руин».

Встречались ли Вы на практике с подобными «руинами»?

Как, с Вашей точки зрения, минимизировать риски попадания в «руины» по окончании работ проекта?

Оформите ответ в качестве эссе.

6. Вопрос: Перечислите три классических стиля руководства:

7. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...

8. Практическая ситуация:

Вы являетесь руководителем проекта в фирме, которая недавно приняла Вас на работу. На брифинге Вы высказали свои пожелания относительно еженедельной отчетности сотрудников о проделанной работе.

Один из сотрудников с большим стажем работы в организации, в присутствии других подчиненных, возмутился по поводу данной ситуации и отказался предоставлять отчет, мотивируя это тем, что «он давно работает в этой организации и раньше такого не было».

С помощью какого метода можно разрешить данный конфликт?

Опишите свои возможные действия в данной ситуации.

УК-3.3 Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. К методам, позволяющим минимизировать проектные риски не относится...

- а) диверсификация рисков
- б) анализ рисков
- в) резервирование средств
- г) страхование рисков

2. К видам затрат НЕ относятся:

- а) бюджетные затраты
- б) фактические затраты
- в) внеоборотные затраты
- г) обязательства

3. Объектом реинжиниринга являются:

- а) организации
- б) процессы
- в) отделы продаж
- г) работа персонала

4. К целям завершения проекта относится:

- а) закрытие всех договорных отношений с заказчиком и другими участниками
- б) получение заказчиком результатов проекта
- в) освобождение из проекта персонала
- г) все ответы верны

5. Практическое задание:

Вам было поручено определить структуру ресурсов и работ PR- проекта по продвижению на рынок автомобилей марки N.

Какие ресурсы Вы будете указывать при определении структуры?

Дайте обоснование Вашим выводам.

6. Продолжите фразу: риски могут быть ... и ...

7. Продолжите фразу: Член команды PR-проекта, который выдвигает идеи и стратегии, уделяя особое внимание главным проблемам, с которыми сталкивается группа это ...

8. Практическая ситуация

Ваша компания является интернет-провайдером.

На линии произошел сбой, который оставил без выхода в сеть Интернет Ваших клиентов по всему региону. Проблема была устранена через двое суток, однако репутации компании был нанесен ущерб и некоторые клиенты сменили провайдера.

Какое из PR-мероприятий необходимо провести для восстановления имиджа?

Какие варианты движения и желаемый результат нужно прописать в плане PR-кампании?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. К ключевым этапам организации и реализации PR-проекта относится:

- а) определение проблемы
- б) планирование
- в) реализация
- г) все ответы верны

2. Вид деятельности, *НЕ* являющийся близким к PR – это...

- а) продажи
- б) маркетинг
- в) реклама
- г) мерчендайзинг

3. С точки зрения проект-менеджера структурирование жизненного цикла проекта состоит из следующих этапов:

- а) фиксация деловой идеи, ее осмысление, экспертная оценка о целесообразности разработки идеи
- б) принятие решения о разработке идеи и ее профессиональная разработка, сведение итогов в бизнес-план и принятие проектного решения;
- в) сдача-приемка проектного объекта и начало коммерческой эксплуатации проекта до момента окончания срока эксплуатации проекта
- г) все предыдущие ответы верны

4. К основным процессам управления проектами относятся:

- а) общее управление изменениями
- б) управление ресурсами
- в) управление целями и качеством
- г) все предыдущие ответы верны

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: В PR *общественность* принято делить на группы: ... и ...

7. Продолжите фразу: Дорожная карта разработки проекта – это ...

8. Практическая ситуация:

Руководство одного из банков региона к Вам с **просьбой**: как наиболее креативно и

аргументировано изложить цель, задачи, целевую аудиторию и мероприятия проекта, направленного на обучение населения финансовой грамотности.

Их также интересует содержательная часть проекта: кого учить, в каких формах должно проходить обучение?

Подготовьте смету для обучения группы слушателей в количестве 25 чел. по 18-часовой учебной программе.

Ваши советы изложите в виде PR-проекта по заданной теме.

ПК-2.1 Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Чтобы быть наиболее эффективными, работы или задачи проекта должны быть:

- а) отчетливо выраженными
- б) независимыми
- в) упорядоченными
- г) верно все вышеуказанное

2. К вспомогательным процессам исполнения плана проекта относится:

- а) анализ качества
- б) выбор поставщиков и подрядчиков
- в) подтверждение целей
- г) анализ стоимости

3. С точки зрения проект-менеджера структурирование жизненного цикла проекта состоит из следующих этапов:

- а) фиксация деловой идеи, ее осмысление, экспертная оценка о целесообразности разработки идеи
- б) принятие решения о разработке идеи и ее профессиональная разработка, сведение итогов в бизнес-план и принятие проектного решения;
- в) сдача-приемка проектного объекта и начало коммерческой эксплуатации проекта до момента окончания срока эксплуатации проекта
- г) все предыдущие ответы верны

4. К наиболее обобщенным видам подходов, используемых PR-специалистами при определении целевых групп общественности НЕ относится:

- а) репутационный
- б) географический
- в) психографический
- г) кооперативный

5. Практическое задание:

Опишите основные преимущества и недостатки матричной организационной структуры в PR-проекте.

В каких отраслях Вы применили бы данную структуру?

Ответ представьте в форме эссе.

6. Продолжите фразу: Лидерский тип: самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения это –...

7. Продолжите фразу: Пятиуровневая иерархия потребностей А.Маслоу включает...

8. Практическая ситуация:

Ваша компания является интернет-провайдером.

На линии произошел сбой, который оставил без выхода в сеть Интернет Ваших клиентов по всему региону. Проблема была устранена через двое суток, однако репутации компании был нанесен ущерб и некоторые клиенты сменили провайдера.

Какое из PR-мероприятий необходимо провести для восстановления имиджа?

Какие варианты движения и желаемый результат нужно прописать в плане PR-кампании?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Для осуществления PR-проекта на протяжении его жизненного цикла привлекаются специалисты различной квалификации. В каких случаях необходимо и полезно обучение членов команды?

- а) если член команды только начинает свою деятельность в проекте
- б) когда члену команды поручают новую работу в проекте
- в) когда у человека не хватает определенных знаний, умений и навыков для эффективного выполнения своей работы в проекте
- г) все предыдущие ответы верны

2. Лидерский тип: самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения это –

- а) ситуативный лидер
- б) вождь
- в) эмоциональный лидер

3. Выберите верное утверждение:

- а) руководитель проекта является не безучастным наблюдателем, а частью группы и работает в тесном контакте с ней
- б) руководитель проекта не несет ответственности за создание и модификацию плана разработки продукта
- в) руководитель проекта фокусирует свое внимание на промежуточных результатах проекта
- г) руководитель проекта не сосредотачивает свое внимание на рисках

4. Основными целями оптимизации денежных затрат являются:

- а) обеспечение сбалансированности объемов денежных потоков
- б) обеспечение роста чистого денежного потока предприятия
- в) обеспечение синхронности формирования денежных потоков во времени
- г) все ответы верны

5. Практическое задание:

В практике встречаются примеры, когда итоги проектной деятельности, после завершения проекта, превращаются в «руины».

Опишите проблему «руин» проекта.

Приведите примеры мировой и отечественной практики дальнейшего использования (или неиспользования) «руин».

Встречались ли Вы на практике с подобными «руинами»?

Как, с Вашей точки зрения, минимизировать риски попадания в «руины» по окончании работ проекта?

Оформите ответ в качестве эссе.

6. Вопрос: Перечислите три классических стиля руководства:**7. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...****8. Практическая ситуация:**

Вы являетесь руководителем проекта в фирме, которая недавно приняла Вас на работу.

На брифинге Вы высказали свои пожелания относительно еженедельной отчетности сотрудников о проделанной работе.

Один из сотрудников с большим стажем работы в организации, в присутствии других подчиненных, возмутился по поводу данной ситуации и отказался предоставлять отчет, мотивируя это тем, что «он давно работает в этой организации и раньше такого не было».

С помощью какого метода можно разрешить данный конфликт?

Опишите свои возможные действия в данной ситуации.

ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. К методам, позволяющим минимизировать проектные риски не относится...

- а) диверсификация рисков
- б) анализ рисков
- в) резервирование средств
- г) страхование рисков

2. К видам затрат НЕ относятся:

- а) бюджетные затраты
- б) фактические затраты
- в) внеоборотные затраты
- г) обязательства

3. Объектом реинжиниринга являются:

- а) организации
- б) процессы
- в) отделы продаж
- г) работа персонала

4. К целям завершения проекта относится:

- а) закрытие всех договорных отношений с заказчиком и другими участниками
- б) получение заказчиком результатов проекта
- в) освобождение из проекта персонала
- г) все ответы верны

5. Практическое задание:

Вам было поручено определить структуру ресурсов и работ PR- проекта по продвижению на рынок автомобилей марки N.

Какие ресурсы Вы будете указывать при определении структуры?

Дайте обоснование Вашим выводам.

6. Продолжите фразу: риски могут быть ... и ...

7. Продолжите фразу: Член команды PR-проекта, который выдвигает идеи и стратегии, уделяя особое внимание главным проблемам, с которыми сталкивается группа это ...

8. Практическая ситуация

Ваша компания является интернет-провайдером.

На линии произошел сбой, который оставил без выхода в сеть Интернет Ваших клиентов по всему региону. Проблема была устранена через двое суток, однако репутации компании был нанесен ущерб и некоторые клиенты сменили провайдера.

Какое из PR-мероприятий необходимо провести для восстановления имиджа?

Какие варианты движения и желаемый результат нужно прописать в плане PR-кампании?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. К ключевым стейкхолдерам относятся:

- а) инвестор
- б) заказчик
- в) руководитель проекта
- г) все ответы верны

2. К видам организационных структур НЕ относится:

- а) функциональная структура
- б) проектная структура
- в) ориентационная структура
- г) матричная структура

3. В PR общественность принято делить на группы:

- а) позитивную и негативную
- б) внешнюю и внутреннюю
- в) ближнюю, дальнюю и очень дальнюю
- г) свою и чужую

4. К наиболее обобщенным видам подходов, используемых PR-специалистами при определении целевых групп общественности НЕ относится:

- а) репутационный
- б) географический
- в) психографический
- г) кооперативный

5. Практическое задание:

Опишите основные преимущества и недостатки матричной организационной структуры в PR-проекте.

В каких отраслях Вы применили бы данную структуру?

Ответ представьте в форме эссе.

6. Продолжите фразу: Лидерский тип: самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения это —...

7. Продолжите фразу: Пятиуровневая иерархия потребностей А.Маслоу включает...

8. Практическая ситуация:

Ваша компания является интернет-провайдером.

На линии произошел сбой, который оставил без выхода в сеть Интернет Ваших клиентов по всему региону. Проблема была устранена через двое суток, однако репутации компании был нанесен ущерб и некоторые клиенты сменили провайдера.

Какое из PR-мероприятий необходимо провести для восстановления имиджа?

Какие варианты движения и желаемый результат нужно прописать в плане PR-кампании?

ПК-2.3 - Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.

Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.

Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Для осуществления PR-проекта на протяжении его жизненного цикла привлекаются специалисты различной квалификации. В каких случаях необходимо и полезно обучение членов команды?

- а) если член команды только начинает свою деятельность в проекте
- б) когда члену команды поручают новую работу в проекте
- в) когда у человека не хватает определенных знаний, умений и навыков для эффективного выполнения своей работы в проекте
- г) все предыдущие ответы верны

2. Лидерский тип: самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения это –

- а) ситуативный лидер
- б) вожак
- в) эмоциональный лидер

3. Выберите верное утверждение:

- а) руководитель проекта является не безучастным наблюдателем, а частью группы и работает в тесном контакте с ней
- б) руководитель проекта не несет ответственности за создание и модификацию плана разработки продукта
- в) руководитель проекта фокусирует свое внимание на промежуточных результатах проекта
- г) руководитель проекта не сосредотачивает свое внимание на рисках

4. Основными целями оптимизации денежных затрат являются:

- а) обеспечение сбалансированности объемов денежных потоков
- б) обеспечение роста чистого денежного потока предприятия
- в) обеспечение синхронности формирования денежных потоков во времени
- г) все ответы верны

5. Практическое задание: В практике встречаются примеры, когда итоги проектной деятельности, после завершения проекта, превращаются в «руины».

Опишите проблему «руин» проекта.

Приведите примеры мировой и отечественной практики дальнейшего использования (или неиспользования) «руин».

Встречались ли Вы на практике с подобными «руинами»?

Как, с Вашей точки зрения, минимизировать риски попадания в «руины» по окончании работ проекта?

Оформите ответ в качестве эссе.

6. Вопрос: Перечислите три классических стиля руководства:

7. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...

8. Практическая ситуация:

Вы являетесь руководителем проекта в фирме, которая недавно приняла Вас на работу.

На брифинге Вы высказали свои пожелания относительно еженедельной отчетности сотрудников о проделанной работе.

Один из сотрудников с большим стажем работы в организации, в присутствии других подчиненных, возмутился по поводу данной ситуации и отказался предоставлять отчет, мотивируя это тем, что «он давно работает в этой организации и раньше такого не было».

С помощью какого метода можно разрешить данный конфликт?

Опишите свои возможные действия в данной ситуации.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Чтобы быть наиболее эффективными, работы или задачи проекта должны быть:

- а) отчетливо выраженными
- б) независимыми
- в) упорядоченными
- г) верно все вышеуказанное

2. К вспомогательным процессам исполнения плана проекта относится:

- а) анализ качества
- б) выбор поставщиков и подрядчиков
- в) подтверждение целей
- г) анализ стоимости

3. С точки зрения проект-менеджера структурирование жизненного цикла проекта состоит из следующих этапов:

- а) фиксация деловой идеи, ее осмысление, экспертная оценка о целесообразности разработки идеи
- б) принятие решения о разработке идеи и ее профессиональная разработка, сведение итогов в бизнес-план и принятие проектного решения;
- в) сдача-приемка проектного объекта и начало коммерческой эксплуатации проекта до момента окончания срока эксплуатации проекта
- г) все предыдущие ответы верны

4. К наиболее обобщенным видам подходов, используемых PR-специалистами при определении целевых групп общественности НЕ относится:

- а) репутационный
- б) географический
- в) психографический
- г) кооперативный

5. Практическое задание:

Опишите основные преимущества и недостатки матричной организационной структуры в PR-проекте.

В каких отраслях Вы применили бы данную структуру?

Ответ представьте в форме эссе.

6. Продолжите фразу: Лидерский тип: самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения это —...

7. Продолжите фразу: Пятиуровневая иерархия потребностей А.Маслоу включает...

8. Практическая ситуация:

Ваша компания является интернет-провайдером.

На линии произошел сбой, который оставил без выхода в сеть Интернет Ваших клиентов по всему региону. Проблема была устранена через двое суток, однако репутации компании был нанесен ущерб и некоторые клиенты сменили провайдера.

Какое из PR-мероприятий необходимо провести для восстановления имиджа?

Какие варианты движения и желаемый результат нужно прописать в плане PR-кампании?

ПК-3.1 - Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR- проекта.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Для осуществления PR-проекта на протяжении его жизненного цикла привлекаются специалисты различной квалификации. В каких случаях необходимо и полезно обучение членов команды?

- а) если член команды только начинает свою деятельность в проекте
- б) когда члену команды поручают новую работу в проекте
- в) когда у человека не хватает определенных знаний, умений и навыков для эффективного выполнения своей работы в проекте
- г) все предыдущие ответы верны

2. Лидерский тип: самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения это –

- а) ситуативный лидер
- б) вожак
- в) эмоциональный лидер

3. Выберите верное утверждение:

- а) руководитель проекта является не безучастным наблюдателем, а частью группы и работает в тесном контакте с ней
- б) руководитель проекта не несет ответственности за создание и модификацию плана разработки продукта
- в) руководитель проекта фокусирует свое внимание на промежуточных результатах проекта
- г) руководитель проекта не сосредотачивает свое внимание на рисках

4. Основными целями оптимизации денежных затрат являются:

- а) обеспечение сбалансированности объемов денежных потоков
- б) обеспечение роста чистого денежного потока предприятия
- в) обеспечение синхронности формирования денежных потоков во времени
- г) все ответы верны

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: В PR общественность принято делить на группы: ... и ...

7. Продолжите фразу: Дорожная карта разработки проекта – это ...

8. Практическая ситуация:

Руководство одного из банков региона к Вам с **просьбой**: как наиболее креативно и аргументировано изложить цель, задачи, целевую аудиторию и мероприятия проекта, направленного на обучение населения финансовой грамотности.

Их также интересует содержательная часть проекта: кого учить, в каких формах должно проходить обучение?

Подготовьте смету для обучения группы слушателей в количестве 25 чел. по 18-часовой учебной программе.

Ваши советы изложите в виде PR-проекта по заданной теме.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Для осуществления PR-проекта на протяжении его жизненного цикла привлекаются специалисты различной квалификации. В каких случаях необходимо и полезно обучение членов команды?

- а) если член команды только начинает свою деятельность в проекте
- б) когда члену команды поручают новую работу в проекте
- в) когда у человека не хватает определенных знаний, умений и навыков для эффективного выполнения своей работы в проекте
- г) все предыдущие ответы верны

2. Лидерский тип: самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения это –

- а) ситуативный лидер
- б) вожак
- в) эмоциональный лидер

3. Выберите верное утверждение:

- а) руководитель проекта является не безучастным наблюдателем, а частью группы и работает в тесном контакте с ней
- б) руководитель проекта не несет ответственности за создание и модификацию плана разработки продукта
- в) руководитель проекта фокусирует свое внимание на промежуточных результатах проекта
- г) руководитель проекта не сосредотачивает свое внимание на рисках

4. Основными целями оптимизации денежных затрат являются:

- а) обеспечение сбалансированности объемов денежных потоков
- б) обеспечение роста чистого денежного потока предприятия
- в) обеспечение синхронности формирования денежных потоков во времени
- г) все ответы верны

5. Практическое задание:

В практике встречаются примеры, когда итоги проектной деятельности, после завершения проекта, превращаются в «руины».

Опишите проблему «руин» проекта.

Приведите примеры мировой и отечественной практики дальнейшего использования (или неиспользования) «руин».

Встречались ли Вы на практике с подобными «руинами»?

Как, с Вашей точки зрения, минимизировать риски попадания в «руины» по окончании работ проекта?

Оформите ответ в качестве эссе.

6. Вопрос: Перечислите три классических стиля руководства:

7. Продолжите фразу: Профессиональные стандарты поведения специалистов PR существуют в виде ...

8. Практическая ситуация:

Вы являетесь руководителем проекта в фирме, которая недавно приняла Вас на работу.

На брифинге Вы высказали свои пожелания относительно еженедельной отчетности сотрудников о проделанной работе.

Один из сотрудников с большим стажем работы в организации, в присутствии других подчиненных, возмутился по поводу данной ситуации и отказался предоставлять отчет, мотивируя это тем, что «он давно работает в этой организации и раньше такого не было».

С помощью какого метода можно разрешить данный конфликт?

Опишите свои возможные действия в данной ситуации.

ПК-3.2 - Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. Чтобы быть наиболее эффективными, работы или задачи проекта должны быть:

- а) отчетливо выраженными
- б) независимыми
- в) упорядоченными
- г) верно все вышеуказанное

2. К вспомогательным процессам исполнения плана проекта относится:

- а) анализ качества
- б) выбор поставщиков и подрядчиков
- в) подтверждение целей
- г) анализ стоимости

3. С точки зрения проект-менеджера структурирование жизненного цикла проекта состоит из следующих этапов:

- а) фиксация деловой идеи, ее осмысление, экспертная оценка о целесообразности разработки идеи
- б) принятие решения о разработке идеи и ее профессиональная разработка, сведение итогов в бизнес-план и принятие проектного решения;
- в) сдача-приемка проектного объекта и начало коммерческой эксплуатации проекта до момента окончания срока эксплуатации проекта
- г) все предыдущие ответы верны

4. К наиболее обобщенным видам подходов, используемых PR-специалистами при определении целевых групп общественности НЕ относится:

- а) репутационный
- б) географический
- в) психографический
- г) кооперативный

5. Практическое задание:

Опишите основные преимущества и недостатки матричной организационной структуры в PR-проекте.

В каких отраслях Вы применили бы данную структуру?

Ответ представьте в форме эссе.

6. Продолжите фразу: Лидерский тип: самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения это —...

7. Продолжите фразу: Пятиуровневая иерархия потребностей А.Маслоу включает...

8. Практическая ситуация:

Ваша компания является интернет-провайдером.

На линии произошел сбой, который оставил без выхода в сеть Интернет Ваших клиентов по всему региону. Проблема была устранена через двое суток, однако репутации компании был нанесен ущерб и некоторые клиенты сменили провайдера.

Какое из PR-мероприятий необходимо провести для восстановления имиджа?

Какие варианты движения и желаемый результат нужно прописать в плане PR-кампании?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. К ключевым этапам организации и реализации PR-проекта относится:

- а) определение проблемы
- б) планирование
- в) реализация
- г) все ответы верны

2. Вид деятельности, *НЕ* являющийся близким к PR – это...

- а) продажи
- б) маркетинг
- в) реклама
- г) мерчендайзинг

3. С точки зрения проект-менеджера структурирование жизненного цикла проекта состоит из следующих этапов:

- а) фиксация деловой идеи, ее осмысление, экспертная оценка о целесообразности разработки идеи
- б) принятие решения о разработке идеи и ее профессиональная разработка, сведение итогов в бизнес-план и принятие проектного решения;
- в) сдача-приемка проектного объекта и начало коммерческой эксплуатации проекта до момента окончания срока эксплуатации проекта
- г) все предыдущие ответы верны

4. К основным процессам управления проектами относятся:

- а) общее управление изменениями
- б) управление ресурсами
- в) управление целями и качеством
- г) все предыдущие ответы верны

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: В PR общественность принято делить на группы: ... и ...

7. Продолжите фразу: Дорожная карта разработки проекта – это ...

8. Практическая ситуация:

Руководство одного из банков региона к Вам с **просьбой**: как наиболее креативно и аргументировано изложить цель, задачи, целевую аудиторию и мероприятия проекта, направленного на обучение населения финансовой грамотности.

Их также интересует содержательная часть проекта: кого учить, в каких формах должно проходить обучение?

Подготовьте смету для обучения группы слушателей в количестве 25 чел. по 18-часовой учебной программе.

Ваши советы изложите в виде PR-проекта по заданной теме.

ПК-3.3 - Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Владеть: навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. К методам, позволяющим минимизировать проектные риски не относится...

- а) диверсификация рисков
- б) анализ рисков
- в) резервирование средств
- г) страхование рисков

2. К видам затрат НЕ относятся:

- а) бюджетные затраты
- б) фактические затраты
- в) внеоборотные затраты
- г) обязательства

3. Объектом реинжиниринга являются:

- а) организации
- б) процессы
- в) отделы продаж
- г) работа персонала

4. К целям завершения проекта относится:

- а) закрытие всех договорных отношений с заказчиком и другими участниками
- б) получение заказчиком результатов проекта
- в) освобождение из проекта персонала
- г) все ответы верны

5. Практическое задание:

Вам было поручено определить структуру ресурсов и работ PR- проекта по продвижению на рынок автомобилей марки N.

Какие ресурсы Вы будете указывать при определении структуры?

Дайте обоснование Вашим выводам.

6. Продолжите фразу: риски могут быть ... и ...

7. Продолжите фразу: Член команды PR-проекта, который выдвигает идеи и стратегии, уделяя особое внимание главным проблемам, с которыми сталкивается группа это ...

8. Практическая ситуация

Ваша компания является интернет-провайдером.

На линии произошел сбой, который оставил без выхода в сеть Интернет Ваших клиентов по всему региону. Проблема была устранена через двое суток, однако репутации компании был нанесен ущерб и некоторые клиенты сменили провайдера.

Какое из PR-мероприятий необходимо провести для восстановления имиджа?

Какие варианты движения и желаемый результат нужно прописать в плане PR-кампаний?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один правильный ответ:

1. К ключевым этапам организации и реализации PR-проекта относится:

- а) определение проблемы
- б) планирование
- в) реализация
- г) все ответы верны

2. Вид деятельности, НЕ являющийся близким к PR – это...

- а) продажи
- б) маркетинг
- в) реклама
- г) мерчендайзинг

3. С точки зрения проект-менеджера структурирование жизненного цикла проекта состоит из следующих этапов:

- а) фиксация деловой идеи, ее осмысление, экспертная оценка о целесообразности разработки идеи
- б) принятие решения о разработке идеи и ее профессиональная разработка, сведение итогов в бизнес-план и принятие проектного решения;
- в) сдача-приемка проектного объекта и начало коммерческой эксплуатации проекта до момента окончания срока эксплуатации проекта
- г) все предыдущие ответы верны

4. К основным процессам управления проектами относятся:

- а) общее управление изменениями
- б) управление ресурсами
- в) управление целями и качеством
- г) все предыдущие ответы верны

5. Практическое задание:

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводу строительства крупного спортивно-развлекательного центра

6. Продолжите фразу: В PR общественность принято делить на группы: ... и ...**7. Продолжите фразу: Дорожная карта разработки проекта – это ...****8. Практическая ситуация:**

Руководство одного из банков региона к Вам с **просьбой**: как наиболее креативно и аргументировано изложить цель, задачи, целевую аудиторию и мероприятия проекта, направленного на обучение населения финансовой грамотности.

Их также интересует содержательная часть проекта: кого учить, в каких формах должно проходить обучение?

Подготовьте смету для обучения группы слушателей в количестве 25 чел. по 18-часовой учебной программе.

Ваши советы изложите в виде PR-проекта по заданной теме.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Логика»



1. *Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания*

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.1.: Понимает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач
Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации
Уметь: собирать и обобщать информацию
Владеть: методиками системного подхода для решения профессиональных задач
Показатель оценивания: знание основ саморегуляции и способность разрабатывать траектории профессионального развития
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.2: Демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Знать: методики анализа и систематизации разнородных данных
Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данные
Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: знание основ системного подхода к упорядочиванию данных для применения этих знаний в профессиональной сфере.
ПК-4. Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-4.1.: Понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Знать: основы теории коммуникации, основные подходы и концепции современной коммуникативистики
Уметь: применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности
Владеть: методами исследований в области коммуникативистики.
Показатель оценивания: знание основ теории коммуникации и повышение своей познавательной активности для продвижения по профессиональной траектории.

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-

следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-1.1.: Понимает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач
Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации
Уметь: собирать и обобщать информацию
Владеть: методиками системного подхода для решения профессиональных задач
Показатель оценивания: знание основ саморегуляции и способность разрабатывать траектории профессионального развития

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Суждение - это:

- А. Форма мысли, выражающаяся простым предложением;
- Б. Форма мысли, представляющая собой утверждение или отрицание наличия связи между субъектом и предикатом;
- В. Форма мысли, содержащая утверждение наличия факта действительности;
- Г. Форма мысли в виде утверждения, требующего доказательства.

2. К абстрактным понятиям можно отнести:

- А. деятельность;
- Б. власть;
- В. мужественность;
- Г. истинность.

3. Положительное, безотносительное, непустое, общее, конечное, регистрирующее, конкретное, разделительное – это характеристики понятия:

- А. Житель земли;
- Б. Россиянин;
- В. Победитель Зимних Олимпийских игр;
- Г. Человек, обладающий избирательным правом.

4. Найдите соответствие:

1. Превращение		А	логическая операция, при которой вначале исходное суждение превращается, а затем обращается.
2. Обращение		Б	логическая операция, в результате которой получается противоположное суждение с предикатом, противоречащим предикату исходного суждения
3. Противопоставление предикату		В	логическая операция, при которой вначале исходное суждение превращается, затем обращается, а после – снова превращается.
4. Контрапозиция		Г	логическая операция, в результате которой получаем предикат, эквивалентный субъекту исходного суждения, и субъект, эквивалентный предикату исходного суждения.

5. Укажите правильную последовательность:

При построении таблицы истинности сложного суждения при отсутствии скобок необходимо выполнить последовательно операции:

- А. дизъюнкция;
- Б. импликация;
- В. конъюнкция;
- Г. отрицание.

6. Дополните фразу. Формальная логика – это _____

7. Дополните фразу. Логический союз-связка «И» в сложных суждениях называется _____

8. Ситуационная задача.

Студенты Иванов и Петров выполняют задание по делению понятия «планета Солнечной системы». Иванов предлагает такой вариант деления: «Земля, Меркурий, Венера, Марс, Юпитер, Уран, Нептун», Петров делит дихотомически: «Земля» и «необитаемые планеты Солнечной системы». Кто из студентов совершает ошибку в делении? Укажите, какое правило деления нарушено.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Умозаключение - это:

- А. Форма мысли, представляющая собой суждение, выведенное на основе других суждений, и требующее доказательства;
- Б. Форма мысли, представляющая собой утверждение или отрицание наличия связи между субъектом и предикатом;
- В. Форма мысли, содержащая утверждение наличия факта действительности;
- Г. Форма мысли в виде утверждения, требующего доказательства.

2. К конкретным понятиям можно отнести:

- А. деятельность;
- Б. власть;
- В. мужественность;
- Г. истинность.

3. Положительное, безотносительное, непустое, общее, конечное, нерегистрирующее, конкретное, разделительное – это характеристики понятия:

- А. Житель земли;
- Б. Россиянин;
- В. Победитель Зимних Олимпийских игр;
- Г. Человек, обладающий избирательным правом.

4. Найдите соответствие:

1. Строгая дизъюнкция		А	логическая связка-союз «и», так называемое «логическое умножение»
2. Импликация		Б	логическая связка «или-или», понимаемая в разделительном смысле
3. Конъюнкция		В	логическая связка «ни ... , ни....»
4. Связка Нико		Г	Логический союз-связка, соответствующий в языке высказыванию «если ..., то ...».

5. Укажите правильную последовательность:

При построении таблицы истинности сложного суждения при отсутствии скобок и наличии на первом месте импликации необходимо выполнить последовательно операции:

- А. дизъюнкция;
- Б. импликация;
- В. конъюнкция;
- Г. эквиваленция.

6. Дополните фразу. Объем понятия – это _____

7. Дополните фразу. Логический союз-связка «ИЛИ» в сложных суждениях называется _____

8. Ситуационная задача.

Студенты Иванов и Петров выполняют задание по обобщению понятия «хищение». Иванов предлагает: «преступление», Петров настаивает на варианте: «общественно опасное деяние». Кто из студентов прав? Какую ошибку совершил студент, предложивший неверный вариант?

УК-1.2: Демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Знать: методики анализа и систематизации разнородных данных
Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данные
Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: знание основ системного подхода к упорядочиванию данных для применения этих знаний в профессиональной сфере.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Равнообъемными можно считать понятия:

- А. Мужчина, гений, поэт;
- Б. Поэт, писатель, талантливый человек;

- В. Мужчина, сын, внук;
- Г. Политик, вождь, руководитель партии.

2. К родовому по отношению к понятию «успешный менеджер» можно отнести понятие:

- А. руководитель;
- Б. успешный руководитель;
- В. менеджер;
- Г. успешный человек.

**3. Отрицательное, безотносительное, непустое, единичное, абстрактное, раздели-
тельное – это характеристики понятия:**

- А. преступник;
- Б. недоступность;
- В. маниакальность;
- Г. воинственность.

4. Найдите соответствие:

1. ААА (1)		А	Все рыбы плавают. Все плавающие живут в воде. Следовательно: Некоторые из живущих в воде – ры- бы.
2. АЕЕ (2)		Б	Ни один страус не летает. Все страусы – птицы. Сле- довательно, Некоторые птицы не летают.
3. ЕАО (3)		В	Все студенты – находчивые люди. Петров – студент. Следовательно: Петров – находчивый человек.
4. ААІ (4)		Г	Все юристы знают признаки преступления. Ни один из присутствующих не знает признаков преступле- ния. Следовательно: Ни один из присутствующих не является юристом.

5. Укажите правильную последовательность:

При построении таблицы истинности сложного суждения при отсутствии и скобок и наличии на первом месте эквиваленции необходимо выполнить последовательно опера-
ции:

- А. дизъюнкция;
- Б. импликация;
- В. конъюнкция;
- Г. эквиваленция.

6. Дополните фразу. Содержание понятия – это _____

7. Дополните фразу. Логический союз-связка «ИЛИ-ИЛИ» в сложных суждениях
называется _____

8. Ситуационная задача.

Студенты Кузнецов и Романов выполняют задание по определению вида соот-
ношения объемов понятий «современный человек» и «управляющий». Кузнецов
утверждает, что понятия находятся в отношении подчинения, Романов настаивает,
что это – пересечение объемов. Кто из студентов ошибается?

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Находящимися в отношении соподчинения можно считать понятия:

- А. Мужчина, юрист, прокурор;
- Б. Поэт, писатель, гений;
- В. Прокурор, адвокат, следователь;
- Г. Политик, политолог, руководитель партии.

2. К видовому по отношению к понятию «начинающий специалист» можно отнести понятие:

- А. специалист;
- Б. начинающий молодой специалист;
- В. специалист по кадровой работе;
- Г. молодой человек.

3. Положительное, безотносительное, непустое, единичное, абстрактное, раздельное – это характеристики понятия:

- А. преступник;
- Б. недоступность;
- В. маниакальность;
- Г. воинственность.

4. Найдите соответствие:

1. При определении понятия нарушено правило соразмерности в широком смысле		А	Ощущения – это то, что мы ощущаем.
2. При определении понятия нарушено правило соразмерности в узком смысле		Б	Дети - это цветы жизни.
3. При определении понятия нарушено правило ясности		В	Все студенты – это учащиеся.
4. При определении понятия нарушено правило запрета круга		Г	Отличники – это школьники, которые учатся на «пятерки»

5. Укажите правильную последовательность:

При построении таблицы истинности сложного суждения при наличии в скобках дизъюнкции необходимо выполнить последовательно операции:

- А. дизъюнкция;
- Б. импликация;
- В. конъюнкция;
- Г. отрицание.

6. Дополните фразу. Обобщение понятия – это _____

7. Дополните фразу. Логический союз-связка «НИ..., НИ.» в сложных суждениях называется _____

8. Ситуационная задача.

Студенты Кузнецов и Романов выполняют задание по формулированию заключения из двух посылок: 1. Ни один дельфин не плавает. 2. Все рыбы плавают. Кузнецов утверждает, что заключение будет звучать так: «Ни одна рыба не является дельфином», Романов настаивает, что следует писать так: «Ни один дельфин не является рыбой». Кто в этом случае ошибается? Какое правило построения силлогизма здесь помогает ответить верно?

ПК-4.1.: Понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Знать: основы теории коммуникации, основные подходы и концепции современной коммуникативистики
Уметь: применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности
Владеть: методами исследований в области коммуникативистики.
Показатель оценивания: знание основ теории коммуникации и повышение своей познавательной активности для продвижения по профессиональной траектории.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- В результате обращения суждения «Все журавли являются перелетными птицами» получим:**
 - Все перелетные птицы являются журавлями;
 - Некоторые перелетные птицы являются журавлями;
 - Некоторые птицы являются перелетными;
 - Все журавли осенью улетают в теплые страны.
- При анализе правильности определения понятия «Любители – это люди, которые любят спортсменов» обнаружено нарушение:**
 - Правила неотрицательности;
 - Правила запрета круга;
 - Правила ясности;
 - Правила соразмерности.
- Назовите средний термин в умозаключении «Все студенты первого курса юридического факультета изучают логику. Петров – студент первого курса юридического факультета. Следовательно, Петров изучает логику»:**
 - Студент первого курса юридического факультета;
 - Петров;
 - Юридический факультет;
 - Изучает логику.
- Найдите соответствие:**

1. Превращение		А	Все кошки – хищники. Ни один не-хищник не является кошкой.
2. Обращение		Б	Все окуни - рыбы. Ни один окунь не является нерыбой
3. Противопоставление предикату		В	Все адвокаты – юристы. Все не-юристы являются не-адвокатами.
4. Контрапозиция		Г	Некоторые деревянные изделия – полки. Некоторые полки являются деревянными изделиями.

5. Укажите лишний элемент:

При построении таблицы истинности логический союз-связку «И» соотносят с такими речевыми союзами, как: «но», «да», «либо».

6. Дополните фразу. Из двух понятий «руководитель» и «руководитель крупной корпорации» более объемным является _____

7. Дополните фразу. Сокращенный силлогизм называется _____

8. Ситуационная задача.

Студенты Кузнецов и Романов выполняют задание по определению вида соотношения объемов понятий «космонавт» и «майор». Кузнецов утверждает, что понятия находятся в отношении подчинения, Романов настаивает, что это – пересечение объемов. Кто из студентов ошибается?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В результате превращения суждения «Все журавли являются перелетными птицами» получим:

- А. Ни одна неперелетная птица не является журавлем;
- Б. Ни один журавль не является неперелетной птицей;
- В. Все перелетные птицы являются журавлями;
- Г. Некоторые перелетные птицы являются журавлями.

2. При анализе правильности определения понятия «Любовь – не вздохи на скамейке и не прогулки при Луне» обнаружено нарушение:

- А. Правила соразмерности;
- Б. Правила неопределенности;
- В. Правила запрета круга;
- Г. Правила ясности.

3. Назовите средний термин в умозаключении «Все юристы знают признаки преступлений. Все присутствующие не знают признаков преступлений. Следовательно, Все присутствующие – не юристы»:

- А. Знатоки признаков преступлений;
- Б. Юристы;
- В. Присутствующие;
- Г. Не знать признаков преступлений.

4. Найдите соответствие:

1. Закон тождества		А	Из двух противоположных высказываний об одном и том же предмете одно непременно истинно.
2. Закон запрета противоречия		Б	В пределах рассуждения все термины должны иметь один и тот же смысл.
3. Закон исключенного третьего		В	Достаточным основанием какой-либо мысли может быть любая другая, уже проверенная и установленная, мысль, из которой с необходимостью вытекает истинность данной мысли.
4. Закон достаточного основания		Г	Не могут быть одновременно истинными два противоположных высказывания об одном и том же предмете.

5. Укажите лишний(-ие) элемент(-ы):

Стрелка Пирса в логике обозначает союз-связку: «ИЛИ..., ИЛИ», «НИ..., НИ» «ЛИБО... , ЛИБО».

6. Дополните фразу. Абстрагирование в психологии и логике относят к

7. Дополните фразу. Два понятия «лиса» и «волк» находятся в отношении

8. Ситуационная задача.

Студенты Кузнецов и Романов выполняют задание по формулированию заключения из двух посылок: 1. Все ученые стремятся к истине ради нее самой. 2. Ни один политик не стремится к истине ради нее самой. Кузнецов утверждает, что заключение будет звучать так: «Ни один ученый не является политиком», Романов настаивает, что следует писать так: «Ни один политик не является ученым». Кто в этом случае ошибается?

Вопросы к зачету

1. Логика как наука о правильном мышлении
2. Форма мышления и закон мышления. Паралогизмы и софизмы
3. Традиционная и символическая логика. Интуитивная логика
4. Понятие как форма мышления. Виды понятий
5. Отношения между объемами понятий
6. Ограничение понятия
7. Обобщение понятия
8. Определение понятия и его правила
9. Деление понятия и его правила
10. Сложение и умножение понятий
11. Суждение как форма мышления
12. Свойства суждения
13. Структура суждения
14. Виды суждений
15. Атрибутивные суждения
14. Виды простых суждений
15. Распределенность терминов в простых суждениях
16. Логические операции с суждениями
17. Виды сложных суждений.

18. Формализация рассуждений. Виды логических формул
19. Умозаключение как форма мышления
20. Дедукция, индукция, аналогия
21. Простой категорический силлогизм
22. Виды сокращенного силлогизма
23. Умозаключения со сложными посылками
24. Закон тождества
25. Закон противоречия
26. Закон исключенного третьего
27. Закон достаточного основания
28. Логические парадоксы
29. Непосредственные и опосредованные доказательства
30. Структура доказательства
31. Виды и методы подтверждения тезиса
32. Виды и методы опровержения тезиса
33. Роль и значение аргументации в мышлении и речи
34. Условия и приемы плодотворной дискуссии
35. Корректные и некорректные приемы ведения спора

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итог выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Теория и практика рекламы»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
Показатель оценивания: понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.
Показатель оценивания: реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов
Показатель оценивания: применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Шкала оценивания – зачтено, не зачтено

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
Показатель оценивания: понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими выполняет:**
 - А. полная информация
 - Б. основная задача
 - В. процесс рынка
 - Г. основная цель коммуникационной политики
- 2. Реклама — это:**
 - А. информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
 - Б. информация о потребительских свойствах товара и вида услуг, избирательно направленная на определенные группы потребителей (сегменты рынка);
 - В. информация о качественных свойствах товара и вида услуг;
 - Г. это манипулирующая общественным мнением информация, реализующаяся в обнародовании информационных сообщений от лица управляющих структур или контролирующих организаций, защищающих потребителей.
- 3. Назовите количество этапов, согласно стратегии рекламы:**
 - А. 7
 - Б. 5
 - В. 6
 - Г. 10

4. **Виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке – это:**
- поддержка торговой активности
 - персональные продажи
 - стимулирование сбыта
 - имидж
5. Изучить определение рекламы в разных источниках и заполнить таблицу. В таблице должно быть представлено не менее 10 определений.

№ п/п	Источник	Определение
1.	Автор, название источника (книги статьи, сайт и т.д.), год издания, страница на которой находится определение.	Реклама – это...
2.		
3.		
4.		

На основе данных таблицы представьте сравнительную характеристику основных понятий «рекламы». Как авторы определяют и характеризуют рекламу?

6. Компания «Партнер+» уже 10 лет оказывает услугу по управленческому консалтингу компаниям в сфере строительного и девелоперского бизнеса. За это время компания приобрела репутацию надежного и профессионального партнера в области консалтинга.

К юбилею компания приняла решение разместить свою рекламу на радиостанции «Бизнес-ФМ».

1) Определите тип данной рекламы по каждому из признаков классификации (признаки: рекламодатель, тип целевой аудитории, концентрация на сегменте, размер территории, предмет рекламы, стратегическая цель, виды рекламы в зависимости от цели).

2) Определите тип рекламного носителя по каждому из признаков классификации (признаки: по способу воздействия на органы чувств, по техническому признаку, по месту применения, по характеру воздействия на адресата).

7. Международный кодекс рекламной практики – положен в основу многих национальных законов о рекламной деятельности.

Ниже приводятся отдельные положения Кодекса:

- реклама не должна содержать заявлений или изображений, которые оскорбляют личность или общество;
- реклама не должна вводить в заблуждение относительно качественных показателей рекламируемого товара (его состава, способа изготовления, удобства использования, страны происхождения и места производства, цены и условий продажи, услуг, содержания и условий гарантий);
- реклама не должна без соответствующего разрешения ссылаться на личность, предприятие или учреждение;
- реклама не должна содержать таких заявлений относительно другого предприятия или его товаров, которые могут вызвать к ним презрение или насмешку;

- реклама, к каким бы средствам она ни прибегала, должна ясно отличаться от иных материалов того же рода;
- реклама не должна содержать изображений, в которых игнорируются общепринятые меры безопасности, чтобы не поощрять халатность;
- реклама не должна пользоваться лежкостью людей и недостатком жизненного опыта молодежи;
- реклама не должна злоупотреблять надеждами людей, страдающих болезнями;
- ответственность за соблюдение правил Кодекса лежит как на рекламодателе и рекламном исполнителе, которые создают и размещают рекламу, так и на издателя и владельце средств информации, распространяющих рекламу.

Вопросы и задания

1. Проанализируйте правила Кодекса и сформулируйте его основные принципы.
 2. Сравнивая известные вам образцы российской рекламы, сделайте вывод о соответствии ее положениям Кодекса.
8. Может ли хорошее интервью руководителя компании (на телевидении, радио, в прессе) не соответствовать цели рекламной кампании? Приведите примеры.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Достижение высокой общественной репутации фирмы – это:**
 - А. сейлз-промоушн
 - Б. паблик-релейшнз
 - В. директ-маркетинг
 - Г. таргетинг
2. **Выберите два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:**
 - А. реклама и пропаганда
 - Б. товарная реклама и фирменный стиль
 - В. реклама и фирменный стиль
 - Г. пропаганда и рекламный слоган
3. **Выберите лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:**
 - А. прямая реклама
 - Б. безличная реклама
 - В. товарная реклама
 - Г. престижная реклама
4. **Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:**
 - А. почтовая реклама
 - Б. наружная реклама
 - В. подарочные изделия
 - Г. рекламные сувениры
5. Авиакомпания собирается создать новый низкобюджетный суббренд для работы на рынке авиа-дискаунта. Главный конкурент будущей low-cost авиакомпании – российские железные дороги. В соответствии с материалом, представленным в главе 10: 1)

- Разработайте название торговой марки данного продукта с помощью следующих способов: составное слово, ассоциация, аллитерация, метафора, гипербола, метонимия.
- 2) Разработайте слоган для рекламы данного продукта с помощью следующих приемов: рифма, каламбур, эффект противопоставления. Предложите свой вариант слогана, разработанный без использования приемов разработки слогана.
- 3) Предложите персонаж-знаменитость, который может олицетворять данный продукт в рекламе. Обоснуйте свой выбор.
6. Компания занимается производством солнцезащитных очков. Главный конкурент – ReyBan. Очки компании не обладают ярко-выраженными конкурентными преимуществами, поэтому решено было проводить атаку на ReyBan с помощью креативной, нестандартной рекламы, поскольку ReyBan известен своими интересными, яркими роликами. Главный посыл рекламы – очки для молодой, подвижной аудитории, которая держит руку на пульсе моды.
- 1) Определите художественный жанр и разработайте сценарий рекламного ролика в соответствии с законами драматургии (экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, развязка, выводы). Сценарий ролика представьте по кадрам (сценам). Предложите слоган для пэкшота.
- 2) Опишите своими словами конфликт ролика и ответьте на вопросы: - что хочет герой? (цель действий), - почему хочет? (мотивация действия), - против кого направлены действия? (суть конфликта), - с чьей стороны герой испытывает противодействие? (развитие конфликта) - как он преодолевает конфликт? (разрешение ситуации).
7. Компания собирается выпускать на рынок новую марку кваса. Изучив рынок, компания пришла к выводу, что незанятой является ниша премиум-кваса. То есть кваса в этом сегменте не представлено вообще. По качеству было решено отстроиться от конкурентов за счет создания уникальных ароматов напитка – с тмином и яблоком.
- 1) Разработайте название торговой марки данного продукта с помощью следующих способов: ассоциация, исторические корни, цитата, метафора, оксюморон, сказочные корни, гибрид.
- 2) Разработайте слоган для рекламы данного продукта с помощью следующих приемов: рифма, каламбур, эффект противопоставления. Предложите свой вариант слогана, разработанный без использования приемов разработки слогана.
- 3) Предложите персонаж-знаменитость, который может олицетворять данный продукт в рекламе. Обоснуйте свой выбор.
8. Компания занимается производством мороженого. Новая марка мороженого – фруктовое эскимо на палочке. Глазурь имеет разные яркие цвета – оранжевый, фиолетовый, красный и т.д. Основная идея кампании продвижения заключается в том, что мороженое – инструмент флирта: подарить мороженое девушке или молодому человеку – значит признаться ему в симпатии. Сегмент – молодые люди и девушки в возрасте от 18 до 25 лет.
- 1) Определите художественный жанр и разработайте сценарий рекламного ролика в соответствии с законами драматургии (экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, развязка, выводы). Сценарий ролика представьте по кадрам (сценам). Предложите слоган на пэкшоте.
- 2) Опишите своими словами конфликт ролика и ответьте на вопросы: - что хочет герой? (цель действий), - почему хочет? (мотивация действия), - против кого направлены действия? (суть конфликта), - с чьей стороны герой испытывает противодействие? (развитие конфликта) - как он преодолевает конфликт? (разрешение ситуации).

ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью

Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

Уметь: правильно использовать технологические инструменты;

Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.

Показатель оценивания: реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это:**
 - А. стратегия рекламы
 - Б. понимание
 - В. задача рекламы
 - Г. принцип рекламы
2. **Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:**
 - А. рынок
 - Б. рекламное агентство
 - В. средство распространения рекламы
 - Г. таргетинг
3. **К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?**
 - А. товарная реклама
 - Б. престижная реклама
 - В. информативная реклама
 - Г. увещательная реклама.
4. **Федеральный закон « О рекламе» был принят Госдумой России 14 июня.....(какого) года:**
 - А. 1995 г.
 - Б. 1996 г.
 - В. 1998 г.
 - Г. 1999 г.
5. Компания «Формула кино» предоставляет услугу просмотра мультипликационных фильмов в кинозале.
 - 1) Опишите этот продукт по всем уровням трехуровневой модели продукта, включая все группы свойства (в т.ч. организационные). Дайте качественную характеристику бренду «Формула кино». 2) Перечислите прямых и видовых конкурентов этого продукта.
6. Небольшое рекламное агентство предлагает рекламодателям новую услугу – размещение рекламы на асфальте в виде объемных изображений.
 - 1) Назовите три преимущества и три недостатка рекламы на ас-фальте.
 - 2) Рекламное агентство предполагает разместить рекламу своей новой услуги. Какой тип рекламы (ТВ, радио, наружная, в пресс, интернет-реклама) Вы для этой цели порекомендуете агентству и почему?
7. Компания собирается выпускать на рынок новую марку черного чая. В коробке 3 вида чая по 30 пакетиков каждого вида. Количество видов чая и число пакетиков обусловлено следующим – производитель хочет подтолкнуть покупателя пить чай три раза в день (утром, днем и вечером)

каждый день в течение месяца.

- 1) Разработайте название торговой марки данного продукта с помощью следующих способов: ассоциация, исторические корни, цитата, метафора, оксюморон, значимые цифры.
 - 2) Разработайте слоган для рекламы данного продукта с помощью следующих приемов: рифма, каламбур, эффект противопоставления. Предложите свой вариант слогана, разработанный без использования приемов разработки слогана.
 - 3) Предложите персонаж-знаменитость, который может олицетворять данный продукт в рекламе. Обоснуйте свой выбор.
8. Компания занимается производством простых карандашей. Из-за падения популярности простых карандашей, компания приняла решение выпустить новую марку карандаша в ретро-стиле и назвать ее «Простой карандаш». Реклама, которую предполагает разработать компания, должна быть в первую очередь направлена на молодежный сегмент аудитории, который на данный момент в наибольшей степени далек от культуры использования простого карандаша, нежели старшее поколение. Слоган рекламной кампании «Тот самый простой карандаш».
- 1) Определите художественный жанр и разработайте сценарий рекламного ролика в соответствии с законами драматургии (экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, развязка, выводы). Сценарий ролика представьте по кадрам (сценам).
 - 2) Опишите своими словами конфликт ролика и ответьте на вопросы:
 - что хочет герой? (цель действий),
 - почему хочет? (мотивация действия),
 - против кого направлены действия? (суть конфликта),
 - с чьей стороны герой испытывает противодействие? (развитие конфликта)
 - как он преодолевает конфликт? (разрешение ситуации).

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Опровержение по ненадлежащей рекламе называется:**
 - А. ложная реклама
 - Б. корректная реклама
 - В. контрреклама
 - Г. щадящая реклама.
2. **Некорректные сравнения рекламируемого товара с товарами других фирм называются:**
 - А. недостоверная реклама
 - Б. неэтичная реклама
 - В. недобросовестная
 - Г. скрытая реклама.
3. **В каком из вариантов элементы рекламной деятельности расположены в логической последовательности?**
 - А. Стратегическое планирование → Тактические решения → Исследования → Создание рекламы
 - Б. Исследования → Стратегическое планирование → Тактические решения → Созда-

- ние рекламы
- В. Исследования→ Тактические решения→ Стратегическое планирование→ Создание рекламы
- Г. Нет правильного варианта

4. Кто является источником информации для разработки рекламного сообщения?

- А. Креативный директор
- Б. Рекламопроизводитель
- В. Рекламодаватель
- Г. Потребитель рекламы.

5. Через несколько месяцев вы получаете университетский диплом и рассчитываете сделать карьеру в области связей с общественностью. После прохождения нескольких интервью вы получаете два предложения о работе.

Одно из них поступает от высокотехнологичной компании, которая работает в области производства струйных принтеров и сканнеров для потребительского рынка. Отдел корпоративных коммуникаций этой компании состоит примерно из 20 сотрудников и в данном отделе является общепринятой практикой, что молодой специалист начинает с работы по подготовке публикаций для внутрикорпоративных изданий или с обеспечения публичности нового вида продукции. Позднее, по мере приобретения опыта, вы можете получить назначение на работу в области маркетинговых коммуникаций для группы товаров или же на работу в специализированной области (такой, например, как отношения с инвесторами, работа с правительственными организациями или даже отношения с сообществом).

Второе предложение о работе исходит от местного филиала крупного (общенационального уровня) агентства по связям с общественностью. Приняв это предложение, вы можете начать с должности ассистента исполнительного координатора и работать сразу над несколькими проектами (среди которых, к примеру, может оказаться сеть ресторанов быстрого питания и страховая компания). В обоих случаях оплата одинаковая, но корпорация предлагает вам лучший пакет социального обеспечения и медицинскую страховку. Принимая во внимание все «за» и «против» при выборе работы на агентство по связям с общественностью или на корпорацию, что вы предпочтете в соответствии с вашими склонностями и способностями? Объясните причины вашего выбора.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Как в последние годы изменились роль и функции отделов по связям с общественностью?
 2. Каким образом общая структура и культура организации влияют на роль и характер работы ее отдела по связям с общественностью?
 3. Какие знания требуются сегодня от менеджера отдела по связям с общественностью?
6. Компания *Universal Manufacturing Corporation* расположена в городе с 500-тысячным населением в районе Среднего Запада. Эта одна из крупнейших компаний в стране состоит из 6 тыс. работников и находится в месте своего нынешнего расположения в течение последних 50 лет. Однако, несмотря на эти рекордные показатели, руководство компании полагает, что компания не добилась выдающегося имиджа и надежной репутации в местном сообществе.

Руководитель отдела по связям с общественностью получает задание подготовить новый план проведения PR-мероприятий на ближайший финансовый год. Первая из выработанных ею рекомендаций заключается в том, чтобы провести исследование того, как местное общество воспринимает имидж компании.

Если бы вы были руководителем отдела по связям с общественностью данной ком-

пании, какие неформализованные методы исследовательской работы вы стали бы использовать? Какие более формализованные методы исследования могли бы быть использованы для данной цели? Какого рода информация об имидже компании должна быть собрана?

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Какое значение для специалиста по связям с общественностью имеет исследовательская работа?
 2. Ответы на какие вопросы следует получить, прежде чем приступить к выработке структуры предстоящего исследования?
 3. Назовите по меньшей мере пять исследовательских методик, используемых в работе специалистов по связям с общественностью.
7. Сеть кафе *Expresso Unlimited* нанимает вас в качестве директора по связям с общественностью и маркетингу. Среди ваших идей: (1) серия рекламных объявлений, демонстрирующая фотографии и цитаты удовлетворенных клиентов; (2) наем внештатного фотографа для создания портфеля снимков, которые можно будет использовать в журнальных статьях, брошюрах, бюллетенях и рекламе; (3) перепечатка и распространение различных журнальных статей, в которых писалось о компании; (4) организация внутреннего бюллетеня для сотрудников с упором на их черты и личности; (5) включение в бюллетень и рекламу юмористических рисунков о питье кофе из различных изданий, включая «New Yorker»; (6) цитирование правительственного исследования, где дается рейтинг качества кофейных бобов из разных частей света, с указанием, что *Expresso Unlimited* использует только кофе высочайшего качества; (7) написание пресс-релиза, где цитируется опрос, в котором указывается, что 8 из 10 серьезных приверженцев кофе предпочитают *Expresso Unlimited*; (8) создание домашней страницы в Интернете, куда были бы включены изображения знаменитых людей за чашкой кофе.

Подготовьте меморандум, обрисовывающий юридические и директивные факторы, которые следует принять во внимание, осуществляя данную деятельность.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Почему сотрудникам и фирмам по связям с общественностью необходимо знать юридические аспекты создания и распространения сообщений?
 2. Какие предосторожности может принять сотрудник по связям с общественностью, чтобы избежать судебных исков о клевете?
 3. В чем состоит концепция честного комментария и критики? Есть ли какие-либо ограничения?
8. *Sunshine Cafe*, сеть кофеен, провела исследования рынка и выяснила, что студенты колледжей были бы прекрасной аудиторией потребителей. Для этого результата *Sunshine Cafe* связывается с вашей фирмой по связям с общественностью и просит вас разработать всеобъемлющий план для того, чтобы: (1) создать осведомленность о бренде среди студентов колледжей; (2) повысить процент посетителей, приходящих в местные точки сети в студенческих городках при университетах.

Используя структуру плана из восьми пунктов, описанную в этой главе, напишите PR-программу для *Sunshine Cafe*. Вам следует учесть разнообразные инструменты коммуникации, включая мероприятия в студенческом городке. Однако на рекламу как таковую денег не выделено.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Почему планирование так важно в процессе связей с общественностью?
 2. Что такое УПЦ и как оно может быть применено к PR-планированию?
 3. Назовите восемь элементов плана PR-программы.
-

ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов
Показатель оценивания: применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. С каким из приведенных ниже определений Вы не согласны?**
 - А. Реклама – способ манипулирования поведением потребителей.
 - Б. Реклама – вид социальной коммуникации.
 - В. Реклама – часть системы маркетинговых коммуникаций.
 - Г. Реклама – двигатель прогресса.

- 2. Реклама уходит своими корнями в далекое прошлое. Какая форма рекламы появилась раньше других:**
 - А. письменная
 - Б. устная
 - В. печатная
 - Г. наглядная

- 3. Какое изобретение И. Гуттенберга в 1450 году стало поворотным пунктом в развитии рекламы:**
 - А. изобретение оттиска
 - Б. изобретение краски
 - В. изобретение печатного станка
 - Г. изобретение пишущей машинки

- 4. Отцом американской рекламы называют:**
 - А. Б. Франклина
 - Б. Т. Рузвельта
 - В. Т. Ренодо
 - Г. А. Мануций

- 5. Когда рекламируют новую торговую категорию, то потребность в категории непременно должна быть целью коммуникации. Но «продажа» категории может быть целью и в том случае, когда рекламируется давно существующий продукт. При каких условиях последнее утверждение будет верно?**
- 6. Вы — менеджер по маркетингу фирмы, которая производит сухие завтраки для детей дошкольного возраста.**
 - А. Вы разрабатываете рекламную кампанию, направленную на матерей (т.е. лиц, принимающих решение). Какие цели коммуникации должна преследовать ваша компания и почему?
 - Б. Если ваша кампания задумана, в том числе и как телевизионная, то, вероятно, что рекламные ролики увидят дети. Какие изменения вы бы внесли в цели комму-

никации, чтобы дети захотели есть эти сухие завтраки?

7. Выберите товарную категорию (духи или мужской одеколон) и посмотрите журнал, в котором энергично рекламируется подобная продукция (например, *Cosmopolitan*). Изучите каждое рекламное объявление. Кратко, в 1—2 предложениях, опишите свою реакцию на данную торговую марку. Теперь прочтите определение намерения купить. Соответствует ли ваша реакция на торговые марки этому определению и особенностям намерения как цели коммуникации?
8. Объясните, почему первым шагом в процессе разработки программы рекламы является постановка целей рекламы. Перечислите несколько факторов, которые вы бы учли при их разработке.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Выберите правильную пару:**
 - А. имидж - реклама – подчеркивает преимущество товара
 - Б. реклама стабильности – закрепляет в сознании людей положительный образ товара
 - В. стимулирующая реклама – закрепляет достигнутые ранее результаты
 - Г. правильного ответа нет
2. **«Директ мейл» - это:**
 - А. рассылка почтовых рекламных отправок
 - Б. реклама в Интернете
 - В. график выхода рекламы
 - Г. критерий сравнения газетных тарифов на размещение рекламы
3. **К преимуществам газет как средства рекламы не относится:**
 - А. относительно небольшая стоимость размещения рекламы.
 - Б. оперативность.
 - В. значительное число вторичных читателей.
 - Г. хороший охват местного рынка.
4. **Реклама, которая включает в себя рекламные щиты, афиши, световые вывески, электронные табло, фирменную спецодежду обслуживающего персонала - это:**
 - А. печатная реклама.
 - Б. наружная реклама.
 - В. реклама в прессе.
 - Г. фирменная реклама.
5. Загляните в местный универсам и обратите внимание на полки (а) со стиральным порошком и (б) фруктовыми соками. Каково приблизительное соотношение марок в каждой категории, использующих и не использующих приемы продвижения в конкретном месте продажи? Как ваши наблюдения соотносятся с теорией жизненного цикла продукта (объем рекламы зависит от стадии продукта)?
6. Как вы считаете, почему менеджеры, специализирующиеся на продажах товаров промышленного назначения, менее полагаются на рекламу, чем менеджеры товаров широкого потребления? Аргументируйте ответ.
7. Рассмотрите ситуацию: Вы – специалист по маркетингу в телекомпании. Телекомпания интересуется мнением зрителей о новой развлекательной программе.
Какую маркетинговую информацию Вы хотите получить? Какими методами Вы

- будете осуществлять её сбор?
8. Подберите 2-3 примера рекламных обращений, которые:
 - а) информируют потребителя;
 - б) убеждают его в необходимости чего-нибудь;
 - в) напоминают о чем-либо.

Вопросы к зачету

1. Подходы к определению рекламы. Существенные характеристики рекламы.
2. Функции рекламы. Роль рекламы в современном обществе.
3. Принципы рекламной деятельности.
4. История развития зарубежной рекламы.
5. История развития отечественной рекламы.
6. Мировой рынок рекламы. Проблемы развития отечественного рынка рекламы.
7. Основные средства маркетинговых коммуникаций.
8. Маркетинговые коммуникации как системный комплекс и место рекламы в нём.
9. Реклама и стадии жизненного цикла товара.
10. Рекламный процесс: схема, участники, составляющие.
11. Реклама, публицити и связи с общественностью: общее и различие.
12. BTL-реклама.
13. Реклама в политической деятельности. Социальная реклама как современный способ воздействия на массы.
14. Коммерческая (товарная) реклама. Имиджевая реклама, ее цели, задачи, отличия от товарной рекламы.
15. Особенности рекламы для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений.
16. Рекламные обращения и каналы их распространения на рынке рекламы.
17. Реклама в прессе. Печатная реклама. Радио- и телереклама. Выставки и ярмарки.
18. Сувенирная реклама. Прямая почтовая реклама (директ-мейл). Наружная реклама. Интернет-реклама.
19. Социологические исследования в рекламе. Требования к проведению опросов и публикациям их данных. Вычленение социальных групп, уязвимых с точки зрения рекламного продукта, как предмет все возрастающего общественного внимания.
20. Понятие фокус-группа. Применение результатов маркетинговых исследований для организации рекламной кампании.
21. Коммерческая и политическая пропаганда: мера ответственности рекламодателя. Законодательные акты, регламентирующие рекламную деятельность. Закон о рекламе.
22. Организация деятельности в рекламном бизнесе.
23. Особенности взаимодействия службы PR с рекламным агентством. Специализация в рамках рекламной деятельности: арт-директор, медиапланер, копирайтер и другие должности.
24. Рекламная деятельность коммерческих структур и производственных предприятий, их сотрудничество в совместных рекламных акциях.
25. Мировой рынок рекламы. Российский рынок рекламы. Крупнейшие зарубежные и отечественные рекламные агентства.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы
по дисциплине «Рисунок с основами
перспективы»***



1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

ПК-2 - способен организовывать подготовку к выпуску, производству и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы;
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы;
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями
ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов
ПК-3 – Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR- проекта
ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале
ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции

Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью

Владеть: навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

2. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапах их формирования, описание шкалы оценивания и типовых заданий

Показатель оценивания – знание основных понятий рисунка и перспективы, законов перспективы, особенностей языка графики как средства коммуникации; способности разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью; навыков подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции.

Шкала оценивания – «зачтено», «не зачтено»

Критерии оценивания:

Оценка «зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий курса, умение создавать качественные рекламные продукты.

Оценка «не зачтено». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями, не решаются конкретные задачи по подготовке эскиза проекта рекламной продукции. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы;
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы;
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
Показатель оценивания: Знает основные понятия рисунка и перспективы и выявляет суть технических возможностей графики

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Специфический язык графики

- А. Линия, штрих, пятно
- Б. Цвет, тон, контраст
- В. Равновесие, блик, тень
- Г. Нюанс, свет, пропорции

2. Рисúнок — это...

- А. Изображение человека или животного
- Б. Изображение с помощью цвета.
- В. Изображение на плоскости, созданное средствами линии и штриха.
- Г. Объемное изображение

3. Рисунок как вид искусства относится к...

- А. Оригинальной графике
- Б. Уникальной графике
- В. Печатной графике
- Г. Трафаретной графике

4. Найдите соответствие:

1. набросок		А	Более подробное изображение с натуры, направленное на изучение предмета
2. зарисовка		Б	Очень быстрый первоначальный линейный рисунок
3. этюд		В	Подготовительный быстрый поисковый рисунок к произведению
4. эскиз		Г	Более проработанный тональный рисунок с натуры

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Египет
- Б. Палеолит
- В. Рим
- Г. Греция

6 Дополните фразу. Наука о прекрасном в жизни и искусстве – это _____

7. Дополните фразу. Придерживались идеалов гуманизма, стремились постичь сущность реального мира через познание природы и развитие наук, индивидуализировавшие творческий процесс _____

8. Ситуационная задача.

Вам необходимо сделать экологический плакат. Вы хотите сделать его достаточно реалистичным. Для этого Вы вышли на пленэр, чтобы изучить вид и строение лиственных и хвойных деревьев. Какой художественный материал Вам понадобится и какой вид рисунка Вы будете делать?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Рисунок как самостоятельное произведение –

- А. набросок
- Б. Штудия
- В. Станковый рисунок
- Г. Эскиз

2. Перспектива, в переводе с латинского означает ...

- А. Смотреть в даль
- Б. Смотреть сквозь
- В. Смотреть и видеть
- Г. Идти и смотреть

3. К графическим материалам относится...

- А. Масло
- Б. Гипс
- В. Смальта
- Г. Уголь

4. Найдите соответствие:

1. Ракурс		А	Вид предметов и живых существ спереди
2. Профиль		Б	Перспективное сокращение живых и предметных форм
3. Фас		В	Плоскостное изображение чего-либо одним цветом, пятном
4. Силуэт		Г	Вид всякого предмета или живого существа при боковом положении

5. Укажите правильную последовательность по увеличению времени:

- А. Зарисовка
- Б. Штудия
- В. Академический рисунок
- Г. Набросок

6 Дополните фразу. Художественный прием, представляющий собой сопоставление каких-либо противоположных качеств – это _____

7. Дополните фразу. Едва заметный цветовой или тоновой переход, тонкое различие в чем-либо – это _____

8. Ситуационная задача.

Вам заказали рекламный плакат. Вы хотите сделать его достаточно реалистичным и лаконичным. Какой вид рисунка Вы используете для поиска художественного образа? Какой художественный материал Вам для этого пригодится?

ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями
Показатель оценивания: знание технических особенностей художественных материалов и умение их использовать при исполнении рекламного продукта

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Первым, установившим правила перспективы, считается:

- А. Филиппо Брунеллески.
- Б. Леон Баттиста Альберти
- В. Альбрехт Дюрер
- Г. Леонардо да Винчи

2. Зародился рисунок...

- А. В Новое время
- Б. В эпоху Возрождения
- В. В эпоху Верхнего палеолита
- Г. В Средние века

3. Подразделял теорию перспективы на три самостоятельные части: линейную перспективу, излагающую законы сокращения видимых размеров предметов; вторую — перспективное изменение цвета в зависимости от расстояния и третью — потеря отчетливости границ и контуров предметов при удалении.....

- А. Аркадий Рылов
- Б. Леонардо да Винчи
- В. Альбрехт Дюрер
- Г. Леон Баттиста Альберти

4. Найдите соответствие:

1. Линия		А	Элемент изобразительного языка графики в виде маленького пятна
2. Штрих		Б	Различное по площади и тональной интенсивности участок сплошной массы материала
3. Точка		В	Различная по протяженности, кривизне и прерывистости черта
4. Пятно		Г	Короткий отрезок линии

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Линейная перспектива
- Б. Параллельная перспектива
- В. Сферическая перспектива
- Г. Обратная перспектива

6 Дополните фразу. Градация светотени на поверхности предмета, промежуток между светом и глубокой тенью – это _____

7. Дополните фразу. Плоскостное изображение одним цветом – это _____

8. Ситуационная задача.

Вам заказали рекламный плакат прохладительных напитков. Какую цветовую гамму лучше всего использовать для данной рекламы?

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Выражение: «...при зрении образуется треугольник, основание которого — видимое протяжение, стороны же — это лучи, которые от точек протяжения тянутся до глаза. Здесь правила таковы: чем острее угол в глазу, тем видимое протяжение будет казаться меньше» принадлежит...

- А. Филиппо Брунеллески.
- Б. Леон Баттиста Альберти
- В. Альбрехт Дюрер
- Г. Леонардо да Винчи

2. Художественные средства графики...

- А. Цвет, тон, объем
- Б. Поза, жест, ритм
- В. Линия, штрих, пятно
- Г. Контраст, нюанс, блик

3. Особый вид перспективы использовали древнерусские живописцы

- А. Воздушная перспектива
- Б. Обратная перспектива
- В. Сферическая перспектива
- Г. Линейная перспектива

4. Найдите соответствие:

1. Портрет		А	Жанр изобразительного искусства с изображением неодушевленных предметов
2. Пейзаж		Б	Жанр изобразительного искусства с изображением человека или группы людей
3. Натюрморт		В	Жанр изобразительного искусства с изображением внутреннего помещения здания
4. Интерьер		Г	Жанр изобразительного искусства с изображением природы

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Линейная перспектива
- Б. Параллельная перспектива
- В. Сферическая перспектива
- Г. Обратная перспектива

6 Дополните фразу. Художественный материал в виде цветных мелков – это _____

7. Дополните фразу. Непрозрачная, корпусная краска, которая разводится водой – это _____

8. Ситуационная задача.

Вам заказали рекламный плакат детских товаров. Какую цветовую гамму лучше всего использовать для данной рекламы?

ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов
Показатель оценивания: знание особенностей языка графики, перспективы, методов графического моделирования и владение законами композиции при создании макетов медиапродуктов

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Художественные материалы рисунка

- А. Сангина, уголь, перо, карандаш
- Б. Кисть, акрил, масло, акварель
- В. Глина, мрамор, стек, резец
- Г. Пастель, воск, смальта, гуашь

2. Картинная плоскость – это...

- А. Условное расположение взгляда художника относительно изображаемого объекта.
- Б. Плоскость, горизонтальная, бесконечная, находящаяся на высоте глаз наблюдателя
- В. Формат, на который перенесено изображение, видимое глазом пространство, включающее натуру
- Г. Стена, где развешены картины

3. Краткосрочные виды рисунка:

- А. Учебные рисунки, студии
- Б. Кроки, наброски
- В. Этюды, фрески
- Г. Эскизы, эстампы

4. Найдите соответствие:

1. Рекламная открытка	А	Сброшюрованное или переплетенное печатное издание, содержащее систематизированный перечень всех товаров и услуг, предлагаемых конкретной фирмой
2. Рекламная афиша	Б	Почтовая карточка, «рубашка» которой содержит яркие картинки, фотографии, коллажи и слоганы, рекламирующие те или иные товары, услуги и фирмы
3. Рекламный каталог	В	Хорошо иллюстрированное издание, представляющее собой длинный, многократный (не менее трех раз) сфальцованный лист

4. Рекламный буклет		Г	Рекламное или справочное издание, оповещающее о каком-то культурном событии и предназначенное для расклейки
---------------------	--	---	---

5. Укажите правильную последовательность графического изображения предмета с освещенной стороны:

- А. Полутень
- Б. Свет
- В. Тень
- Г. Блик

6 Дополните фразу. Элемент светотени, наиболее светлое место на освещенной поверхности предмета – это _____

7. Дополните фразу. Жанр изобразительного искусства, посвященный темам из повседневной жизни человека – это _____

8. Ситуационная задача.

Вам заказали рекламный плакат медицинских товаров. Какую цветовую гамму лучше всего использовать для данной рекламы?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Линия горизонта в перспективе – это...

- А. Плоскость, на которую перенесено изображение, видимое глазом
- Б. Плоскость, горизонтальная, бесконечная, находящаяся на высоте глаз наблюдателя и видимая в виде прямой горизонтальной линии
- В. Условное расположение взгляда художника относительно изображаемого объекта.
- Г. Линия параллельная природному горизонту

2. Первое теоретическое обоснование правил рисования принадлежит...

- А. Древним грекам
- Б. Художникам Эпохи Возрождения
- В. Древним египтянам
- Г. Художникам Нового времени

3. Во фронтальном перспективном изображении...

- А. Одна из плоскостей предмета расположена параллельно картине и будет одна точка схода параллельных линий, совпадающая с главной точкой схода.
- Б. Плоскости предмета расположены под углом к картине и будут две точки схода параллельных линий
- В. Плоскости предмета расположены перпендикулярно картине и будет одна точка схода параллельных линий
- Г. Плоскости предмета расположены параллельно картинной плоскости и будут две точки схода параллельных линий

4. Найдите соответствие:

1. Линейная перспектива		А	Характеризуется эффектом расхождения параллельных линий в глубину изображения, а также укрупнением фигур на заднем плане
2. Обратная перспектива		Б	Изображение выстраивается по трём основным осям, задающим параметры ширины, высоты и глубины, строго по заданным размерам.
3. Ортогональная перспектива		В	Точка зрения находится как бы в центре шара, а все объекты и предметы, наблюдаемые зрителем, распределяются по поверхности этого шара
4. Сферическая перспектива		Г	Пропорциональное уменьшение предметов по мере их удаления от переднего плана

5. Укажите правильную последовательность увеличения размера рекламного продукта:

- А. Буклет
- Б. Табель-календарь
- В. Каталог
- Г. Открытка

6 Дополните фразу. Однотонная, монохромная живопись – это _____

7. Дополните фразу. Буквица, первая заглавная буква – это _____

8. Ситуационная задача.

Вам заказали рекламный буклет персональной художественной выставки. Каковы Ваши действия?

ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR-проекта
Показатель оценивания: знание видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде и владение навыками работы с рекламными и PR-текстами.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Эскиз — один из способов быстрого рисования, передающий...

- А. Только линией основные наброски изображения с натуры
- Б. В изображении с натуры впечатление объёмности легкой штриховкой
- В. Графическими средствами первое общее представление о будущем произведении
- Г. Контурное, плоскостное изображение.

2. Рисунок относится к виду графики

- А. Уникальному
- Б. Печатному
- В. Оригинальному
- Г. Смешанному

3. Жанры рисунка...

- А. Драма, комедия, трагедия
- Б. Рассказ, история, роман
- В. Портрет, пейзаж, натюрморт
- Г. Клоунада, дрессура, жонглирование,

4. Найдите соответствие:

1. Заголовок		А	Повторяет или резюмирует основную мысль, содержащуюся в заголовке
2. Слоган		Б	Служит средством создания и закрепления ассоциативной связи между торговой маркой и ее производителем.
3. Эхо-фраза		В	В краткой, легко запоминающейся форме формирует рекламную концепцию торговой марки/фирмы-производителя
4. Логотип		Г	Отражает суть рекламного предложения, как бы вводя потребителя в курс дела

5. Укажите правильную последовательность уменьшения размера рекламного продукта:

- А. Буклет
- Б. Табель-календарь
- В. Каталог
- Г. Открытка

6 Дополните фразу. Соразмерность всех частей художественного произведения или архитектурного сооружения, их соответствие друг другу и определенное соотношение с целым – это _____

7. Дополните фразу. Перспективное сокращение живых и предметных форм – это _____

8. Ситуационная задача.

Вам предстоит сделать выбор: рекламный буклет или рекламная открытка наиболее привлекательна для рекламы Вашей продукции. Сравните и определите плюсы каждого издания.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Воздушная перспектива – это....

- А. Условное расположение взгляда художника относительно объекта
- Б. Кажущиеся изменения цвета, освещенности предметов, возникающие по мере

удаления натуры от глаз наблюдателя.

В. Видимое глазом пространство, включающее натуру.

Г. Панорамное изображение природы

2. Во времена Леонардо да Винчи и Рафаэля люди называли художника

А. Санк

Б. Автор

В. Ремесленник

Г. Демиург

3. Линейная перспектива

А. Определяет оптические искажения форм предметов, их размеров и пропорций

Б. Определяет изменение цвета, очертания и степени освещенности предметов

В. Определяет линию горизонта

Г. Определяет картинную плоскость

4. Найдите соответствие:

1. Гарнитурные шрифты		А	Воспринимаются как попытка передать дружелюбие и близкие отношения
2. Прямолинейные и угловатые шрифты		Б	Используют, чтобы подчеркнуть новизну, яркость, индивидуальность
3. Шрифты рукописного стиля		В	Характеризуются холодностью и безликостью, так как они ассоциируются с непреклонностью и жестокостью
4. Декоративные шрифты		Г	Воспринимаются как дружественные и «человечные», так как их начертание подражает образу человеческого лица

5. Укажите правильную последовательность AIDMA-модели восприятия рекламы:

А. Интерес;

Б. Мотив и действие;

В. Внимание;

Г. Желание.

6 Дополните фразу. Строение, взаимное расположение частей предмета, структура его формы – это _____

7. Дополните фразу. Чередование каких-либо элементов в определенной последовательности – это _____

8. Ситуационная задача.

Вам необходимо будет сделать графическую рекламу. Чтобы графическая реклама наиболее эффективно работала, что необходимо учитывать?

ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале

Показатель оценивания: знание технологии и владение умением разрабатывать рекламный проект в материале

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Рисунок как самостоятельное произведение –

- А. набросок
- Б. Штудия
- В. Станковый рисунок
- Г. Эскиз

2. Перспектива, в переводе с латинского означает ...

- А. Смотреть в даль
- Б. Смотреть сквозь
- В. Смотреть и видеть
- Г. Идти и смотреть

3. К графическим материалам относится...

- А. Масло
- Б. Гипс
- В. Смальта
- Г. Уголь

4. Найдите соответствие:

1. Ракурс	А	Вид предметов и живых существ спереди
2. Профиль	Б	Перспективное сокращение живых и предметных форм
3. Фас	В	Плоскостное изображение чего-либо одним цветом, пятном
4. Силуэт	Г	Вид всякого предмета или живого существа при боковом положении

5. Укажите правильную последовательность по увеличению времени:

- А. Зарисовка
- Б. Штудия
- В. Академический рисунок
- Г. Набросок

6 Дополните фразу. Художественный прием, представляющий собой сопоставление каких-либо противоположных качеств – это _____

7. Дополните фразу. Едва заметный цветовой или тоновой переход, тонкое различие в чем-либо – это _____

8. Ситуационная задача.

Вам заказали рекламный плакат. Какой Ваш алгоритм действия?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Специфический язык графики

- А. Линия, штрих, пятно
- Б. Цвет, тон, контраст
- В. Равновесие, блик, тень
- Г. Нюанс, свет, пропорции

2. Рисунок — это...

- А. Изображение человека или животного
- Б. Изображение с помощью цвета.
- В. Изображение на плоскости, созданное средствами линии и штриха.
- Г. Объемное изображение

3. Рисунок как вид искусства относится к...

- А. Оригинальной графике
- Б. Уникальной графике
- В. Печатной графике
- Г. Трафаретной графике

4. Найдите соответствие:

5. . набросок		А	Более подробное изображение с натуры, направленное на изучение предмета
6. зарисовка		Б	Очень быстрый первоначальный линейный рисунок
7. этюд		В	Подготовительный быстрый поисковый рисунок к произведению
8. эскиз		Г	Более проработанный тональный рисунок с натуры

5. Укажите правильную последовательность:

- А. Египет
- Б. Палеолит
- В. Рим
- Г. Греция

6 Дополните фразу. Наука о прекрасном в жизни и искусстве – это _____

7. Дополните фразу. Придерживались идеалов гуманизма, стремились постичь сущность реального мира через познание природы и развитие наук, индивидуализировавшие творческий процесс _____

8. Ситуационная задача.

Создайте вариант текста рекламы освежителя воздуха «Garden».

ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции

Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Владеть: навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Показатель оценивания: знание основ традиционных и современных средств рекламы и умение реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Линия горизонта в перспективе – это...

- А. Плоскость, на которую перенесено изображение, видимое глазом
- Б. Линия параллельная природному горизонту
- В. Условное расположение взгляда художника относительно изображаемого объекта.
- Г. Плоскость, горизонтальная, бесконечная, находящаяся на высоте глаз наблюдателя и видимая в виде прямой горизонтальной линии

2. Первое теоретическое обоснование законов перспективы принадлежит...

- А. Древним грекам
- Б. Художникам Эпохи Возрождения
- В. Древним египтянам
- Г. Художникам Нового времени

3. В угловом перспективном изображении...

- А. Одна из плоскостей предмета расположена параллельно картине и будет одна точка схода параллельных линий, совпадающая с главной точкой схода.
- Б. Плоскости предмета расположены под углом к картине и будут две точки схода параллельных линий
- В. Плоскости предмета расположены перпендикулярно картине и будет одна точка схода параллельных линий
- Г. Плоскости предмета расположены параллельно картинной плоскости и будут две точки схода параллельных линий

4. Найдите соответствие:

1. Линейная перспектива	А	Характеризуется эффектом расхождения параллельных линий в глубину изображения, а также укрупнением фигур на заднем плане
2. Обратная перспектива	Б	Точка зрения находится как бы в центре шара, а все объекты и предметы, наблюдаемые зрителем, распределяются по поверхности этого шара
3. Ортогональная перспектива	В	Пропорциональное уменьшение предметов по мере их удаления от переднего плана
4. Сферическая перспектива	Г	Изображение выстраивается по трём основным осям, задающим параметры ширины, высоты и глубины, строго по заданным размерам.

5. Укажите правильную последовательность увеличения размера рекламного продукта:

- А. Каталог
- Б. Открытка
- В. Буклет
- Г. Табель-календарь

6 Дополните фразу. Однотонная, монохромная живопись – это _____

7. Дополните фразу. Буквица, первая заглавная буква – это _____

8. Ситуационная задача.

Вам заказали рекламный плакат для наружной рекламы на тему продажи антикварной мебели. Каковы Ваши действия?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Эскиз — один из способов быстрого рисования, передающий...

- А. Только линией основные наброски изображения с натуры
- Б. В изображении с натуры впечатление объемности легкой штриховкой
- В. Графическими средствами первое общее представление о будущем произведении
- Г. Контурное, плоскостное изображение.

2. Монотипия относится к виду графики

- А. Уникальному
- Б. Печатному
- В. Оригинальному
- Г. Смешанному

3. Жанры рисунка...

- А. Портрет, пейзаж, интерьер
- Б. Рассказ, история, роман
- В. Драма, комедия, трагедия
- Г. Клоунада, дрессура, жонглирование,

4. Найдите соответствие:

1. Заголовок		А	В краткой, легко запоминающейся форме формирует рекламную концепцию торговой марки/фирмы-производителя
2. Слоган		Б	Служит средством создания и закрепления ассоциативной связи между торговой маркой и ее производителем.
3. Эхо-фраза		В	Отражает суть рекламного предложения, как бы вводя потребителя в курс дела
4. Логотип		Г	Повторяет или резюмирует основную мысль, содержащуюся в заголовке

5. Укажите правильную последовательность уменьшения размера рекламного

продукта:

- А. Буклет
- Б. Табель-календарь
- В. Каталог
- Г. Открытка

6 Дополните фразу. Замена слова с негативной семантикой позитивным или нейтральным по смыслу – это _____

7. Дополните фразу. Перспективное сокращение живых и предметных форм – это _____

8. Ситуационная задача.

Вам предстоит сделать рекламный плакат для наружной рекламы на тему продажи антикварной посуды. Каковы Ваши действия?

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Техника и технологии рекламных видео и
фотографий»***



I. Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

ПК-2 Способен разрабатывать базу данных информационной системы
ПК-2.1 Демонстрирует знание теории баз данных; методов и средств проектирования баз данных; современных систем управления базами данных; современного состояния и тенденций развития систем управления базами данных, информационных хранилищ.
Знать: теорию баз данных; методы и средства проектирования баз данных; современные системы управления базами данных; современное состояние и тенденций развития систем управления базами данных, информационных хранилищ.
Уметь: демонстрировать знание теории баз данных; методов и средств проектирования баз данных; современных систем управления базами данных; современного состояния и тенденций развития систем управления базами данных, информационных хранилищ
Владеть: навыками необходимыми для демонстрации знаний теории баз данных; методов и средств проектирования баз данных; современных систем управления базами данных; современного состояния и тенденций развития систем управления базами данных, информационных хранилищ
Показатель оценивания: знает виды компьютерной графики их достоинства и недостатки. Ориентируется в программном обеспечении, представленном на мировом и отечественном рынке.
ПК-2.2. Способен выявлять проблемы избыточности данных; моделировать предметную область с использованием современных Case-средств; выполнять нормализацию отношений; создавать логическую модель предметной области методом сущность-связь
Знать: методы выявления проблем избыточности данных; принципы моделирования предметной области с использованием современных Case-средств; способы выполнения нормализации отношений; способы создания логической модели предметной области методом сущность-связь
Уметь: выявлять проблемы избыточности данных; моделировать предметную область с использованием современных Case-средств; выполнять нормализацию отношений; создавать логическую модель предметной области методом сущность-связь
Владеть: навыками необходимыми для выявления проблем избыточности данных; моделирования предметной области с использованием современных Case-средств; выполнения нормализации отношений; создания логической модели предметной области методом сущность-связь
Показатель оценивания: знает основные методы обработки графических и видео изображений.
ПК-2.3. Способен применять на практике технические и программные средства физической реализации реляционных структур данных; составлять запросы для манипулирования данными на языке SQL
Знать: способы применения на практике технических и программных средств физической реализации реляционных структур данных; составлять запросы для манипулирования данными на языке SQL
Уметь: применять на практике технические и программные средства физической реализации реляционных структур данных; составлять запросы для манипулирования данными на языке SQL

Владеть: навыками необходимыми для применения на практике технических и программных средств физической реализации реляционных структур данных; составления запросов для манипулирования данными на языке SQL
Показатель оценивания: знает основные приемы создание и редактирования графических изображений и видео коллажей.
ПК-3 Способен осуществлять проектирование и дизайн информационных систем в сфере экономики
ПК-3.1. Демонстрирует знание методов выявления и анализа требований к информационной системе для автоматизации финансово – экономических и управленческих процессов с учетом действующих правовых норм и стандартов профессиональной деятельности
Знать: методы выявления и анализа требований к информационной системе для автоматизации финансово – экономических и управленческих процессов с учетом действующих правовых норм и стандартов профессиональной деятельности
Уметь: демонстрировать знание методов выявления и анализа требований к информационной системе для автоматизации финансово – экономических и управленческих процессов с учетом действующих правовых норм и стандартов профессиональной деятельности
Владеть: навыками необходимыми для демонстрации знания методов выявления и анализа требований к информационной системе для автоматизации финансово – экономических и управленческих процессов с учетом действующих правовых норм и стандартов профессиональной деятельности
Показатель оценивания: знание инструментов и методов обработки фотореалистичных изображений и видеофрагментов
ПК-3.2. Способен выполнять описание предметной области автоматизации; проводить обоснование проектных решений по видам обеспечения информационных систем
Знать: методы описания предметной области автоматизации; способы проведения обоснования проектных решений по видам обеспечения информационных систем
Уметь: выполнять описание предметной области автоматизации; проводить обоснование проектных решений по видам обеспечения информационных систем
Владеть: навыками необходимыми для выполнения описания предметной области автоматизации; проведения обоснования проектных решений по видам обеспечения информационных систем
Показатель оценивания: умение создавать презентационные ролики и графические коллажи, согласно поставленной задачи
ПК-3.3. Применяет инструменты и методы системного анализа, проектирования баз данных, объектно-ориентированного программирования, web-программирования и дизайна, языков программирования интеллектуальных информационных систем, современных структурных языков программирования
Знать: способы применения инструментов и методов системного анализа, проектирования баз данных, объектно-ориентированного программирования, web-программирования и дизайна, языков программирования интеллектуальных информационных систем, современных структурных языков программирования
Уметь: применять инструменты и методы системного анализа, проектирования баз данных, объектно-ориентированного программирования, web-программирования и дизайна, языков программирования интеллектуальных информационных систем, современных структурных языков программирования

Владеть: навыками необходимыми для применения инструментов и методов системного анализа, проектирования баз данных, объектно-ориентированного программирования, web-программирования и дизайна, языков программирования интеллектуальных информационных систем, современных структурных языков программирования

Показатель оценивания: умение обрабатывать растровые изображения в графическом редакторе Gimp, а также обрабатывать видеофрагменты в видео редакторе Shotcut.

Шкала оценивания – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируется умение безошибочного решения задач по теоретическим основам компьютерной графики, уверенное владение технологиями графического редактора Gimp и возможностями видео редактора Shotcut при выполнении практико-ориентированных заданий.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение использовать инструменты для обработки фотореалистичных изображений, создавать коллажи, применять различные эффекты с помощью растрового редактора Gimp, использовать возможности видео редактора Shotcut для создания видео фрагментов. Допускаются неточности и некритические ошибки при изложении теоретического материала и выполнении практико-ориентированных заданий.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания теоретических основ компьютерной графики и неуверенное владение технологиями графического и видео редакторов при выполнении практико-ориентированных заданий.

Оценка «неудовлетворительно» (незачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Допущены грубые ошибки в применении технологий графического и видео редакторов при выполнении практико-ориентированных заданий.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ПК-2.1 Демонстрирует знание теории баз данных; методов и средств проектирования баз данных; современных систем управления базами данных; современного состояния и тенденций развития систем управления базами данных, информационных хранилищ.

Знать: теорию баз данных; методы и средства проектирования баз данных; современные системы управления базами данных; современное состояние и тенденций развития систем управления базами данных, информационных хранилищ.

Уметь: демонстрировать знание теории баз данных; методов и средств проектирования баз данных; современных систем управления базами данных; современного состояния и тенденций развития систем управления базами данных, информационных хранилищ

Владеть: навыками необходимыми для демонстрации знаний теории баз данных; методов и средств проектирования баз данных; современных систем управления базами данных; современного состояния и тенденций развития систем управления базами данных, информационных хранилищ

Показатель оценивания: знает виды компьютерной графики их достоинства и недостатки. Ориентируется в программном обеспечении, представленном на мировом и отечественном рынке.

Вариант 1

1. Анимация – это
 - a) технология, предназначенная для создания компьютерных мультфильмов.
 - b) информационный или рекламный инструмент, позволяющий сообщить нужную информацию об объекте презентации в удобной для получателя форме.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) искусственное представление движения в кино, на телевидении или в компьютерной графике, путем отображения последовательности рисунков или кадров с частотой, при которой обеспечивается целостное зрительное восприятие образов
2. Компьютерная графика –
 - a) использование вычислительной техники для создания графических изображений, их отображения различными средствами и манипулирования ими.
 - b) вид изобразительного искусства, основанный на особых свойствах изобразительных средств, называемых графическими.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) отрасль компьютерной индустрии, отвечающая за передачу и вывод на печать графической информации.
3. Цветовая палитра – это
 - a) таблица данных, в которой хранится информация о том, каким кодом закодирован тот или иной цвет
 - b) характеристика определяющая чистоту цвета, т.е. степень видимого отличия хроматического цвета от ахроматического цвета.
 - c) Нет правильного ответа
 - d) набор определённых длин волн, отражённых от предмета или пропущенных сквозь прозрачный предмет
4. Мультимедиа – это
 - a) совокупность технических средств для множественного репродуцирования текстового материала и графических изображений
 - b) область компьютерной графики, связанная с созданием интерактивных приложений.
 - c) используется для подготовки технических чертежей проектируемых устройств.
 - d) визуализация объектов исследований, графическая обработка результатов расчётов, проведение вычислительных экспериментов с наглядным представлением их результатов
 - e) плановые показатели, отчётная документация, статические сводки, диаграммы
 - f) оформление гипертекстовых-страниц.
5. Глубина цвета – это
 - a) набор определённых длин волн, отражённых от предмета или пропущенных сквозь прозрачный предмет.
 - b) характеристика определяющая чистоту цвета, т.е. степень видимого отличия хроматического цвета от ахроматического цвета.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) означающий количество бит (объём памяти), используемое для хранения и представления цвета при кодировании одного пикселя растровой графики или видео-

изображения

6. Масштабирование объекта – это
 - a) определяет способ организации данных на носителях информации.
 - b) характеристика, указывающая на размер (вес) файла.
 - c) растяжение объекта вдоль соответствующих осей относительно начала координат.
 - d) Нет правильного ответа.
7. Bitmap (битовая карта) – это
 - a) формат графического представления объекта в виде множества точек.
 - b) способ представления изображения, в котором каждому пикселю соответствует несколько двоичных разрядов, характеризующих его цветность.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) основной метод моделирования поверхностей наложением на них изображений.
8. Канал – это
 - a) характеристика цвета, определяющая интенсивность цвета.
 - b) компьютерная форма отображения каждой составляющей цветовой модели, аналог цветоделенной формы в полиграфическом процессе.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) расстояние в миллиметрах между двумя соседними люминофорами одного цвета
9. 25-ый кадр в системе вещания PAL:
 - a) Видим глазом только при покадровом просмотре, поэтому он применяется для специальных эффектов
 - b) Хорошо видим глазом как грязь на склейках
 - c) Его нет. Кадров всего 24
10. В каких программах осуществляется монтаж видео?
 - a) Xilisoft Video Converter 7
 - b) Adobe Premiere CS6
 - c) Corel Draw X6
 - d) Pinnacle Studio
 - e) Adobe Photoshop CS6

Вариант 2

1. Какой редактор применяют для создания логотипов компании (баннеров и визитных карточек)
 - a) Растровый редактор
 - b) Векторный редактор
2. Наименьший элемент фрактальной графики
 - a) пиксель
 - b) вектор
 - c) точка
 - d) фрактал
3. Чем больше разрешение, тем изображение
 - a) качественнее
 - b) светлее
 - c) темнее
 - d) не меняется
4. Растровым графическим редактором НЕ является
 - a) GIMP
 - b) Paint
 - c) Inkscape
 - d) Photoshop
5. Сетку из горизонтальных и вертикальных столбцов, которую на экране образуют пиксели, называют:

- a) видеопамятью
 - b) видеоадаптером
 - c) растром
 - d) дисплейным процессором
6. Компьютерная графика –
- a) использование вычислительной техники для создания графических изображений, их отображения различными средствами и манипулирования ими.
 - b) вид изобразительного искусства, основанный на особых свойствах изобразительных средств, называемых графическими.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) отрасль компьютерной индустрии, отвечающая за передачу и вывод на печать графической информации.
7. Формат файла
- a) определяет способ организации данных на носителях информации.
 - b) характеристика, указывающая на размер (вес) файла.
 - c) окончание в имени файла, отделяемого от названия файла – точкой
 - d) Нет правильного ответа.
8. Соотношение сторон экрана – это
- a) количество дискретных элементов на единицу длины
 - b) количество бит на кодирование одного пикселя (от монохромного до 32-битного).
 - c) размер по диагонали от одного угла экрана до другого.
 - d) угол, относительно перпендикуляра к центру матрицы, при взгляде под которым контрастность изображения в центре матрицы падает
 - e) количество сменяемых кадров за единицу времени
 - f) соотношение длины экрана (горизонтальный параметр) к его высоте (вертикальный параметр).
 - g) время, которое пиксел монитора затрачивает, чтобы перейти от активного в бездействующий и обратно к активном
 - h) расстояние в миллиметрах между двумя соседними люминофорами одного цвета
9. Трехмерная графика – это
- a) Нет правильного ответа.
 - b) построение на компьютере с помощью специальных программ пространственной модели, состоящей из простых и сложных геометрических форм присвоение этой модели фактуры, цвета, степени прозрачности и матовости придание ей и условной камере движения в виртуальном пространстве расстановка в этом пространстве источников света; и, наконец, просчет выстроенной сцены.
 - c) формат графического представления объекта в виде множества точек.
 - d) вид компьютерной графики, в котором изображение представляется в виде совокупности отдельных объектов, описанных математически
10. Какой тип графического изображения вы будете использовать для редактирования цифровых фотографий?
- a) Растровый
 - b) Векторный
 - c) Не имеет значения

ПК-2.2. Способен выявлять проблемы избыточности данных; моделировать предметную область с использованием современных CASE-средств; выполнять нормализацию отношений; создавать логическую модель предметной области методом сущность-связь

Знать: методы выявления проблем избыточности данных; принципы моделирования предметной области с использованием современных Case-средств; способы выполнения нормализации отношений; способы создания логической модели предметной области методом сущность-связь

Уметь: выявлять проблемы избыточности данных; моделировать предметную область с использованием современных Case-средств; выполнять нормализацию отношений; создавать логическую модель предметной области методом сущность-связь

Владеть: навыками необходимыми для выявления проблем избыточности данных; моделирования предметной области с использованием современных Case-средств; выполнения нормализации отношений; создания логической модели предметной области методом сущность-связь

Показатель оценивания: знает основные методы обработки графических и видео изображений.

Вариант 1

1. Отрасль человеческой деятельности, заключающаяся в создании движущихся объектов
 - a) Фотография
 - b) Аэрография
 - c) Кинематография
 - d) Библиография
2. В начале XXI века, с развитием цифровых технологий записи изображения, появилось понятие:
 - a) Видеооператор
 - b) Съёмочная группа
 - c) Цифровой кинематограф
 - d) Видеокамера
3. Сколько кадров характерны для рекламного ролика?
 - a) до 15
 - b) до 6
 - c) до 20
 - d) до 25
4. Что учитывается в режиссерском сценарии?
 - a) Номера кадров
 - b) Место съёмки
 - c) Длина кадра
 - d) Способ съёмки звука
5. Порог восприятия телетекста у детей ?
 - a) 15 слов
 - b) 7-8 слов
 - c) 10 слов
 - d) 3-4 слова
6. Сколько стандартов цифровой видеозаписи разработано с 1986 года?
 - a) 5
 - b) 6
 - c) 8
 - d) 10
7. Объясните значение термина "Заставка"
 - a) Статичная картинка, сопровождающаяся музыкой
 - b) Ритмично чередующиеся набор картинок в сопровождении музыки

8. Сколько минутам должна быть кратна продолжительность рекламного ролика?
 - a) 1-1,5
 - b) 2
 - c) 1
 - d) 2-3
9. Видеофрагмент рекламного характера, где ведущим информационным средством является видеоряд.
 - a) бегущая строка
 - b) рекламный ролик
 - c) заставка
10. Почему телевизионную рекламу относят к наиболее эффективным видам рекламы?
 - a) Регулярное транслирование
 - b) Способна оказать влияние на миллионную аудиторию
 - c) Самая дешевая

Вариант 2

1. Анимация – это
 - a) технология, предназначенная для создания компьютерных мультфильмов.
 - b) информационный или рекламный инструмент, позволяющий сообщить нужную информацию об объекте презентации в удобной для получателя форме.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) искусственное представление движения в кино, на телевидении или в компьютерной графике, путем отображения последовательности рисунков или кадров с частотой, при которой обеспечивается целостное зрительное восприятие образов.
 2. Цветовая модель – это
 - a) оцифрованные физические свойства электронов света.
 - b) вид цветовых палитр используемых в компьютерной графике.
 - c) Нет правильного ответа.
 - d) способ представления большого количества цветов посредством разложения их на простые составляющие.
 3. Масштабирование объекта – это
 - a) определяет способ организации данных на носителях информации.
 - b) характеристика, указывающая на размер (вес) файла.
 - c) растяжение объекта вдоль соответствующих осей относительно начала координат.
 - d) Нет правильного ответа.
 4. Выберите строку, в которой перечислены форматы графических файлов:
 - a) *.gif, *.jpg, *.png, *.tif
 - b) *.txt, *.doc, *.rtf
 - c) *.exe, *.com
 - d) *.wav, *.mp3, *.wma
 5. Диапазон цветов, который может быть воспроизведен каким-либо способом – называется:
 - a) Насыщенность
 - b) Переход
 - c) Цветовой охват
 - d) Яркость
 6. Какие операции мы можем выполнять над векторными графическими изображениями? Выберите несколько вариантов ответа:
 - a) Копировать
 - b) Вырезать
-

- c) Вставить
 - d) Переместить
 - e) Удалить
7. Какой инструмент выполняет следующие функции?
Создаёт в векторном объекте эффект тени от объекта.
- a) rectangle
 - b) drop shadow
 - c) interactive contour
 - d) interactive blend
8. Обязательным условием выполнения операции вращения является наличие ...
- a) Тонкой линии.
 - b) Нет правильного ответа.
 - c) Утолщенной линии.
 - d) Осевой линии.
9. Где используется векторное компьютерное изображение?
- a) Для создания вывесок, этикеток, логотипов, эмблем и пр. символьных изображений.
 - b) Для обработки фотографий, создания фотоколлажа, создания иллюстраций.
 - c) В математике и искусстве.
 - d) В архитектуре, в рекламных видеороликах, компьютерном моделировании физических объектов.
10. Если элементов графического изображения много и нам нужно их все переместить, нам на помощь приходит
- a) Группировка
 - b) Объединение
 - c) Слияние

ПК-2.3. Способен применять на практике технические и программные средства физической реализации реляционных структур данных; составлять запросы для манипулирования данными на языке SQL

Знать: способы применения на практике технических и программных средств физической реализации реляционных структур данных; составлять запросы для манипулирования данными на языке SQL

Уметь: применять на практике технические и программные средства физической реализации реляционных структур данных; составлять запросы для манипулирования данными на языке SQL

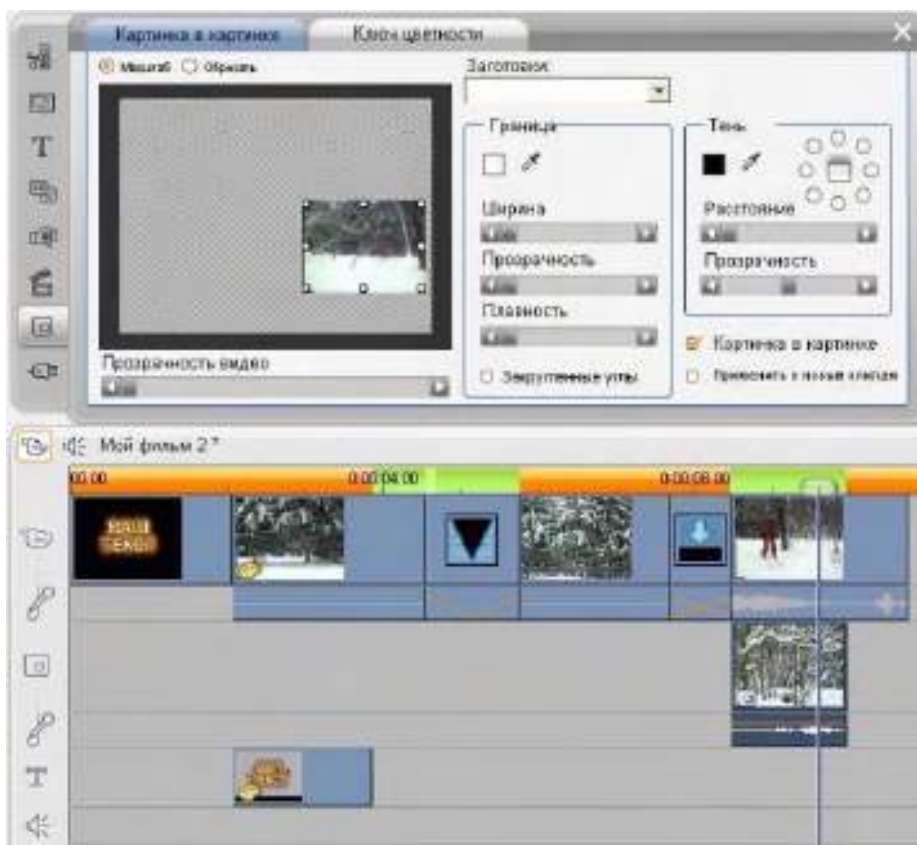
Владеть: навыками необходимыми для применения на практике технических и программных средств физической реализации реляционных структур данных; составления запросов для манипулирования данными на языке SQL

Показатель оценивания: знает основные приемы создания и редактирования графических изображений и видео коллажей.

Вариант 1

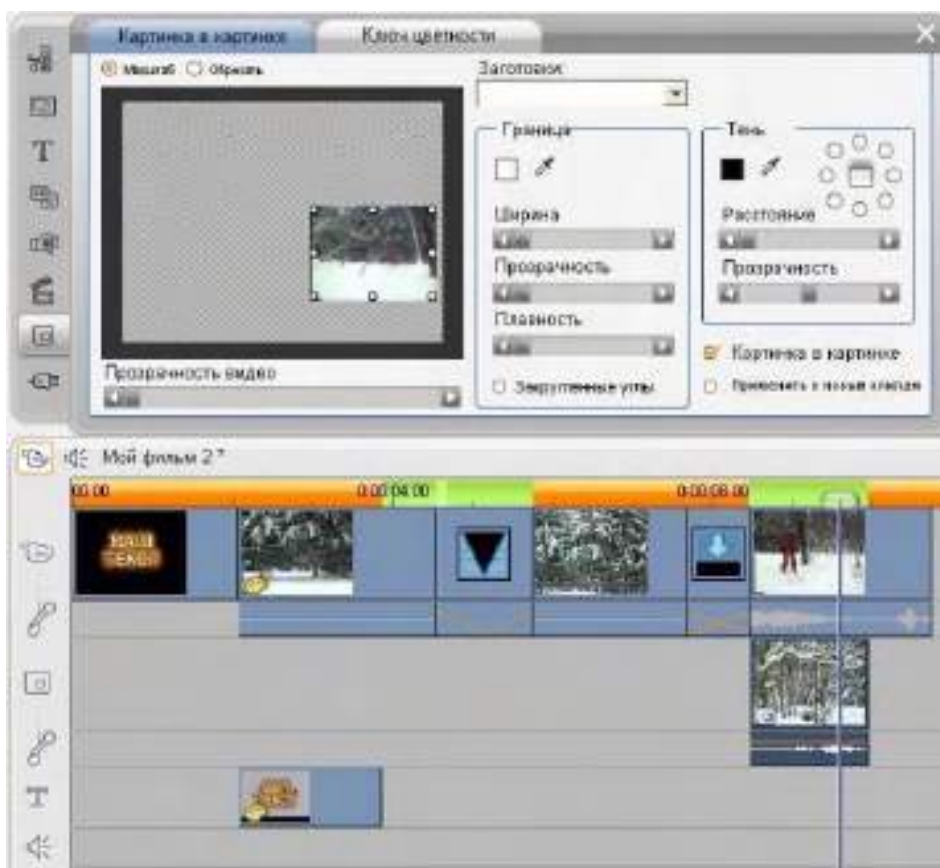
1. В чем преимущество интернет-рекламы перед TV рекламой?
 - a) Стоимость(Бюджет) создания видеоролика.
 - b) Продвижение гораздо дешевле
 - c) Регулярная трансляция
2. Где используется видеореклама?
 - a) на массовых мероприятиях

- b) на выставках
 - c) на конференциях
 - d) на слетах
3. Укажите разновидности телерекламы
- a) Заставка
 - b) Поддержка программ
 - c) Телемагазин
 - d) Рекламно-развлекательная передача
4. Хронометраж рекламного видеоролика?
- a) 20 с.
 - b) 15 с.
 - c) 30 с.
 - d) 45 с.
5. Что такое рекламный сюжет?
- a) Форма телевизионной рекламы с продолжительностью 15 секунд, где представлена полная информация о рекламном объекте, услуге.
 - b) Форма телевизионной рекламы с продолжительностью 1-5 минут, где представлена полная информация о рекламном объекте, услуге.
 - c) Форма телевизионной рекламы с продолжительностью 1-5 минут, где представлена частичная информация о рекламном объекте, услуге.
 - d) Форма телевизионной рекламы с продолжительностью 15 секунд, где представлена частичная информация о рекламном объекте, услуге.
6. Какое время считается оптимальным для восприятия телезрителем содержание видеоролика?
- a) 10 секунд
 - b) 15 секунд
 - c) 20 секунд
 - d) 30 секунд
7. Что такое Телемагазин?
- a) Передача, которая преследует ознакомительные и рекламные цели. Товары, рекламируемые в передаче, можно купить по звонку из дома.
 - b) Передача, которая преследует исключительно рекламные цели. Товары, рекламируемые в передаче, можно купить по звонку из дома.
 - c) Передача, которая преследует ознакомительные и рекламные цели. Товары, рекламируемые в передаче, невозможно купить по звонку из дома.
 - d) Передача, которая преследует исключительно рекламные цели. Товары, рекламируемые в передаче, невозможно купить по звонку из дома.
8. Сколько в фильме переходов? (картинку можно развернуть, нажав на значок со стрелочками)
-



- a) 1
- b) 2
- c) 3

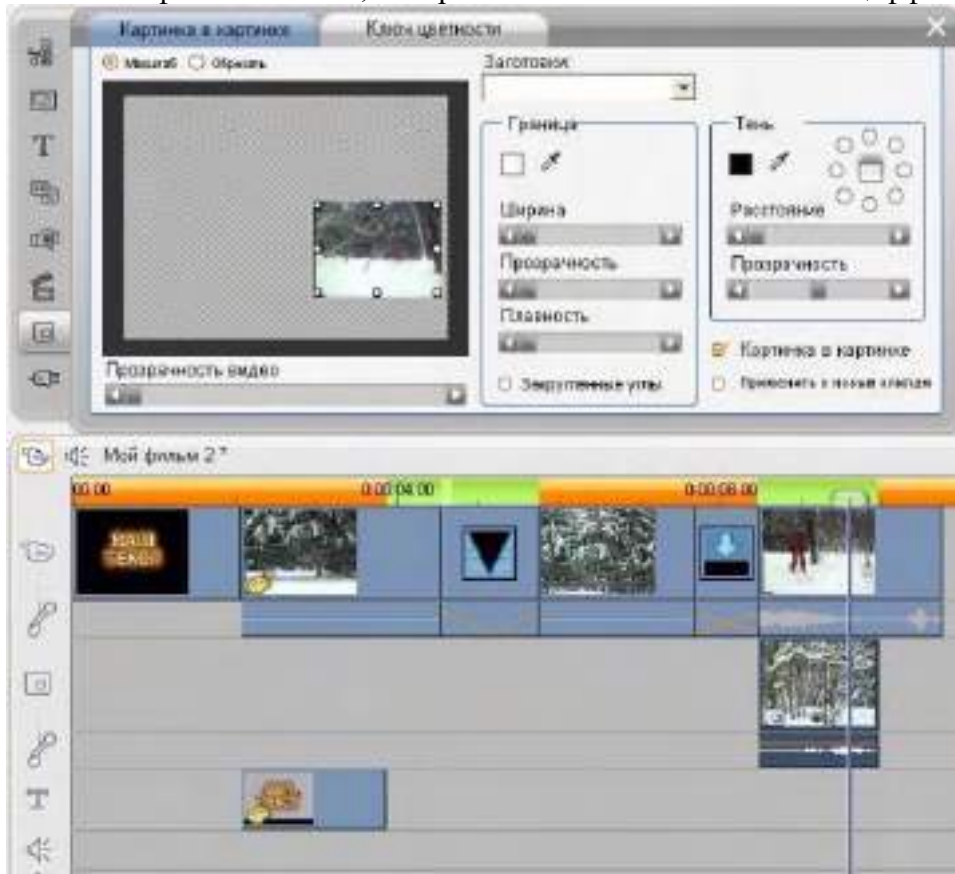
9. Сколько в фильме клипов, которым назначен спецэффект "картинка в картинке"?



- a) 1
 - b) 2
 - c) 3
10. Конечным результатом для средств компьютерной графики является:
- a) компьютерная игра
 - b) текстовый документ
 - c) изображение

Вариант 2

1. Сколько в фильме клипов, которым назначен какой-либо спецэффект?



- a) 1
 - b) 2
 - c) 3
2. В каком случае тени не видны?
- a) источник света бесконечно удален
 - b) все поверхности сцены являются зеркальными
 - c) наблюдатель находится в одной точке с источником света
3. Векторы называются коллинеарными, если:
- a) они лежат на перпендикулярных прямых
 - b) они лежат на параллельных прямых
 - c) они имеют равную длину
4. К центральным проекциям относятся:
- a) косоугольная
 - b) перспективная с двумя точками схода
 - c) аксонометрическая
 - d) изометрическая

5. Что такое разложение в растр?
 - a) изображение, построенное из коротких отрезков прямой
 - b) изображение с помощью полутонов
 - c) изображение на матрице дискретных прямоугольных элементов
 - d) Процесс определения пикселей, наилучшим образом аппроксимирующих заданный отрезок
6. Однородно закрашенная область будет казаться более яркой на:
 - a) более темном фоне
 - b) более светлом фоне
 - c) неоднородном фоне
7. Проектирование с помощью средств компьютерной графики - это:
 - a) проектно-конструкторские работы в области архитектуры, строительства
 - b) разработка авиационных двигателей
 - c) разработка планов экономического развития
8. В число примитивов полигональных моделей не входит:
 - a) вершина
 - b) полигональная поверхность
 - c) гладкая кривая
9. Какие существуют виды отражения света?
 - a) преломленное
 - b) зеркальное
 - c) негативное
 - d) диффузное
10. Сколько в фильме переходов?



- a. 3
- b. 2
- c. 1

ПК-3.1. Демонстрирует знание методов выявления и анализа требований к информационной системе для автоматизации финансово – экономических и управленческих процессов с учетом действующих правовых норм и стандартов профессиональной деятельности
Знать: методы выявления и анализа требований к информационной системе для автоматизации финансово – экономических и управленческих процессов с учетом действующих правовых норм и стандартов профессиональной деятельности
Уметь: демонстрировать знание методов выявления и анализа требований к информационной системе для автоматизации финансово – экономических и управленческих процессов с учетом действующих правовых норм и стандартов профессиональной деятельности
Владеть: навыками необходимыми для демонстрации знания методов выявления и анализа требований к информационной системе для автоматизации финансово – экономических и управленческих процессов с учетом действующих правовых норм и стандартов профессиональной деятельности
Показатель оценивания: знание инструментов и методов обработки фотореалистичных изображений и видеофрагментов

Вариант 1

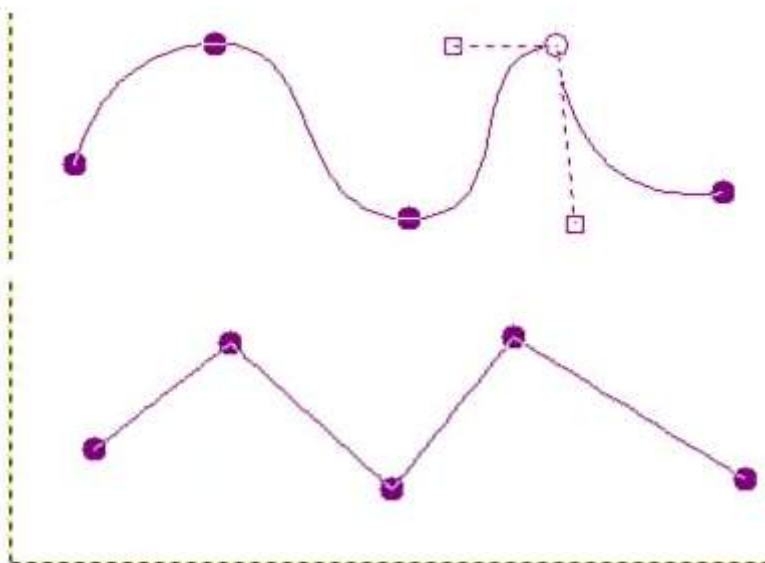
- Выберите строку, в которой перечислены форматы графических файлов:
 - *.gif, *.jpg, *.png, *.tif
 - *.txt, *.doc, *.rtf
 - *.exe, *.com
 - *.wav, *.mp3, *.wma
- Для получения движущегося изображения используется:
 - Деловая графика
 - Анимационная графика
 - Научная графика
 - Иллюстративная графика
- По какому принципу работает кодек Mpeg4?
 - Каждый кадр подвергается jpeg сжатию, процент которого указывается при сохранении кадра.
 - Кодек формирует потоковое видео.
 - Через определенный промежуток или с изменением сцены, создается ключевой кадр, а остальные кадры - просто закономерность изменения ключевого.
 - В видеофайле генерируется информация, собранная с цветовых каналов RGB.
- Переход между фрагментами видео или аудио на Timeline в Shotcut внедряется?
 - На отдельной дорожке
 - На стыке фрагментов
- Ключевой кадр в Shotcut это:
 - Маркер, который указывает, что в этом месте необходимо изменить какой-либо параметр.
 - Кадр, который создает программа при генерации видео, после которого отслеживается закономерность изменения "картинки" и в архивный файл идет запись этих изменений для оптимизации видео.
 - Маркер кадра, который открывает доступ к некоторым параметрам программы, позволяющим произвести расширенные настройки.
- Из чего состоит аналого-цифровое преобразование?
 - Дискретизации

- b) Квантования
 - c) кодирования
 - d) все перечисленные ответы выше
7. В каких файлах форматов видеoinформация может храниться?
- a) AVI и MPEG
 - b) Только AVI
 - c) Только MPEG
8. Когда говорят о видеозаписи, прежде всего имеют в виду:
- a) Звуковую волну с меняющейся амплитудой и частотой;
 - b) Движущееся изображение на экране телевизора;
 - c) Движущееся изображение на экране телевизора или звуковую волну с меняющейся амплитудой и частотой.
9. Дискретизация-это когда
- a) величина каждого отсчета заменяется округленным значением ближайшего уровня
 - b) непрерывный сигнал заменяется последовательностью мгновенных значений через равные промежутки времени
10. Для усиления эффекта, типа взрыва или удара, его звук должен быть:
- a) Немного раньше события по видео
 - b) Точно во время события
 - c) Чуть позже

Вариант 2

1. Технической основой возникновения компьютерной графики явилось:
- b) использование в компьютере магнитной ленты как носителя информации
 - c) использование дисплея как устройства вывода
 - d) увеличение производительности компьютеров
2. Настройка режима курсора с перекрестьем
- a. даёт возможность точного позиционирования инструмента в точках пересечения направляющих
 - b. позволяет избежать «дрожание» руки
 - c. даёт возможность рисовать правильные многоугольники
3. Инструмент «Карандаш» с нажатой клавишей SHIFT используется для?
- a. Создания прямых линий и произвольных замкнутых фигур
 - b. Для создания контура
 - c. Для рисования прямой под углом кратном 15 гр
 - d. Для рисования прямой цветом фона
4. Выберите правильные утверждения
- a. При нажатой клавише <SHIFT> прямоугольное выделение превращается в квадрат, а эллиптическое — в круг
 - b. При нажатой клавише <SHIFT> происходит объединение выделенных областей
 - c. При нажатой клавише <CTRL> прямоугольное выделение превращается в квадрат, а эллиптическое — в круг
 - d. Если выделена какая-то область и создаются новые выделенные области при нажатой клавише <CTRL>, то они добавляются к первоначальной
5. Способ выделения, в котором выделенные области сохраняют исходный цвет, а невыделенные – закрашиваются полупрозрачным однотонным цветом.
- a. Эллиптическое выделение
 - b. Прямоугольное выделение
 - c. Умные ножницы
 - d. Быстрая маска
6. Выберите существующие типы выделений в GIMP

- a. Свободное выделение
 - b. Прямоугольное выделение
 - c. Овальное выделение
 - d. Многоугольное выделение
7. Определите типы контуров:



Ответ: плавный, угловатый

8. Кем был создан Gimp?
- a. Гари Линикер и Петр Шмейхель
 - b. Спенсер Кимбелл и Питер Маттис
 - c. Чип Фуз и Икс Зибит
9. Какой инструмент может изменять размер изображения или предмета?
- a. Перспектива
 - b. Масштабирование
 - c. Кисть
 - d. Заливка
10. Этот инструмент может взять цвет из уже существующего изображения
- a. Тон
 - b. Зеркало
 - c. Пипетка
 - d. Штамп

ПК-3.2. Способен выполнять описание предметной области автоматизации; проводить обоснование проектных решений по видам обеспечения информационных систем

Знать: методы описания предметной области автоматизации; способы проведения обоснования проектных решений по видам обеспечения информационных систем

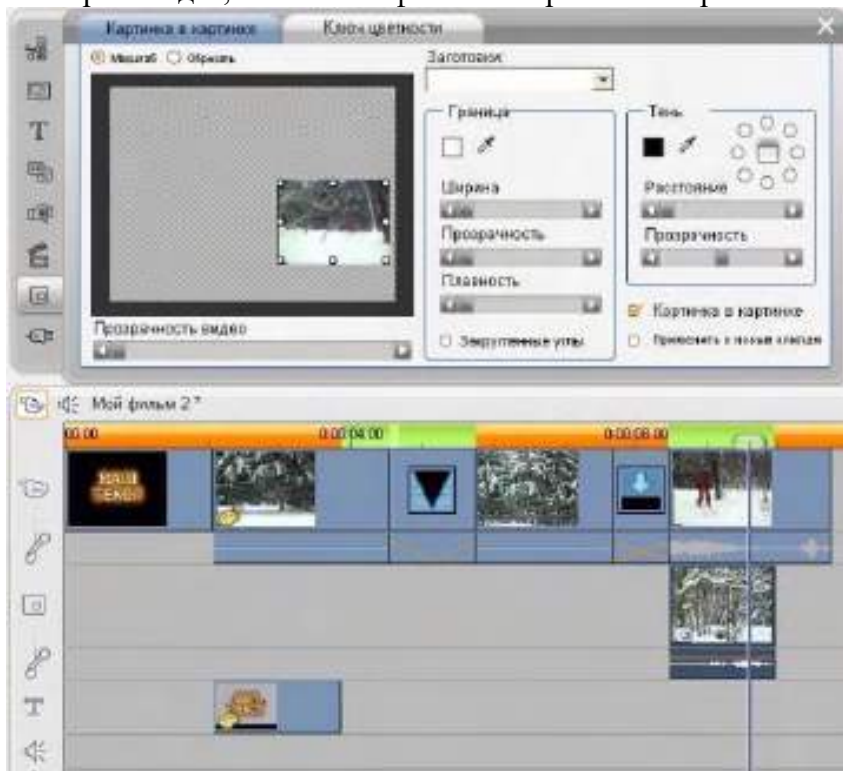
Уметь: выполнять описание предметной области автоматизации; проводить обоснование проектных решений по видам обеспечения информационных систем

Владеть: навыками необходимыми для выполнения описания предметной области автоматизации; проведения обоснования проектных решений по видам обеспечения информационных систем

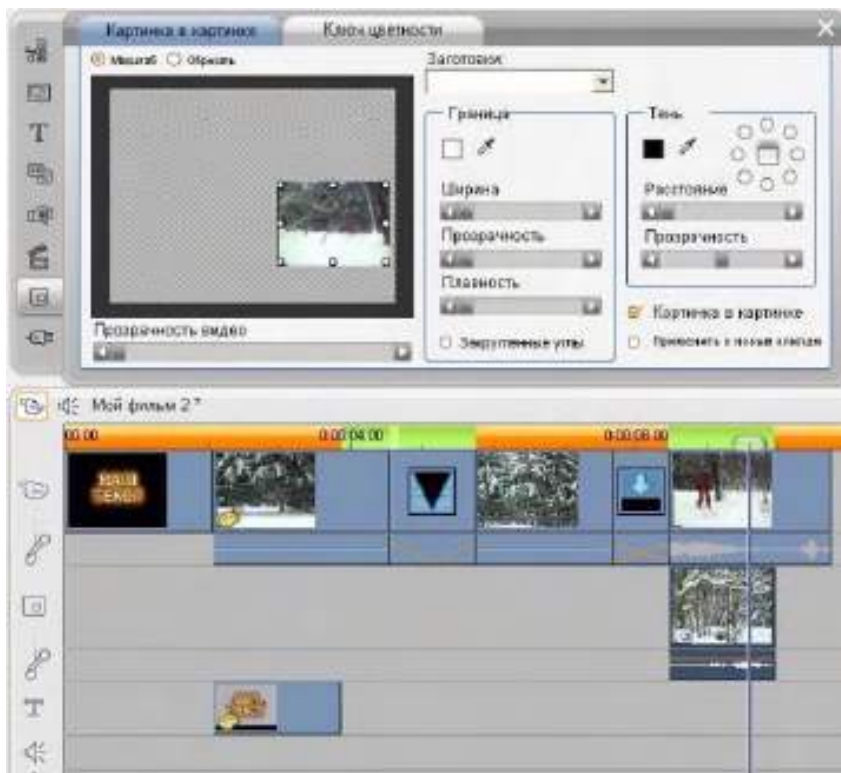
Показатель оценивания: умение создавать презентационные ролики и графические коллажи, согласно поставленной задачи

Вариант 1

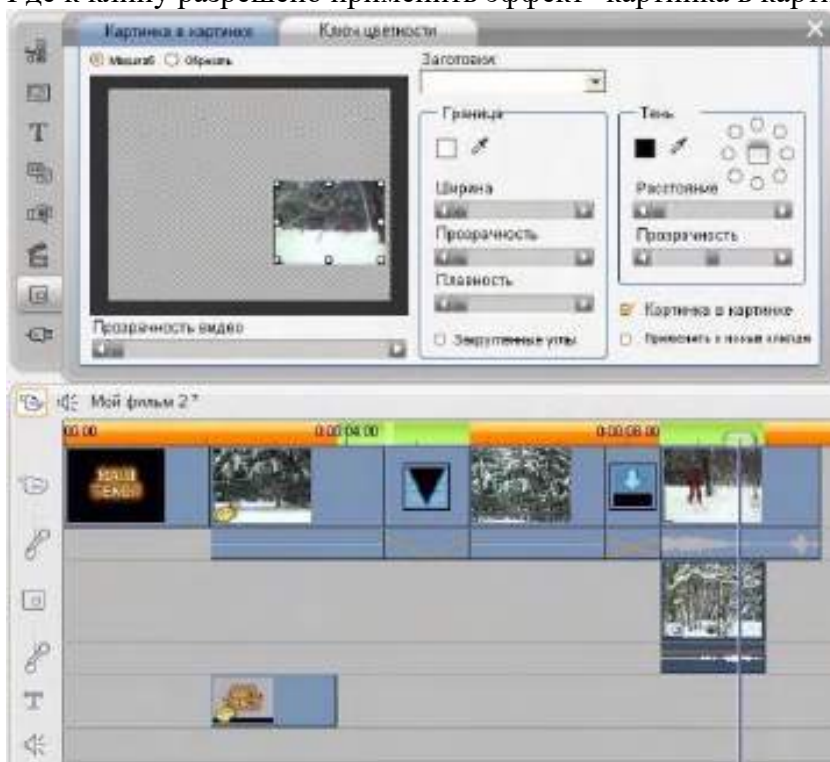
1. Что произойдет, если снять флажок "картинка в картинке"?



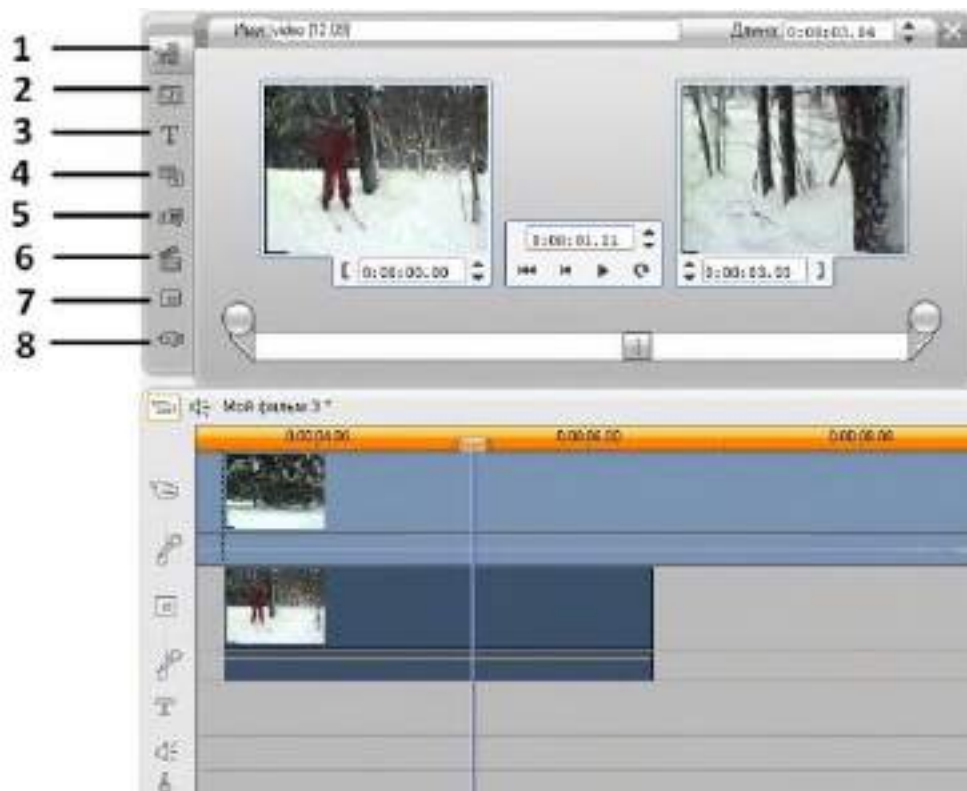
- a) эффект "картинка в картинке" будет отключен, и ничего больше не произойдет
 - b) эффект "картинка в картинке" будет отключен, а эффект "ключ цветности" - включен
 - c) эффект "картинка в картинке" будет включен, но его параметры будут сброшены в значения по умолчанию
2. Какие задачи (из перечисленных) позволяет решить спецэффект "картинка в картинке"?



- масштабирование клипа
 - наложение клипа на другой клип
 - добавление изображению клипа рамки обрамления и тени
 - выбор прозрачности клипа (как целого)
3. Где к клипу разрешено применить эффект "картинка в картинке"?

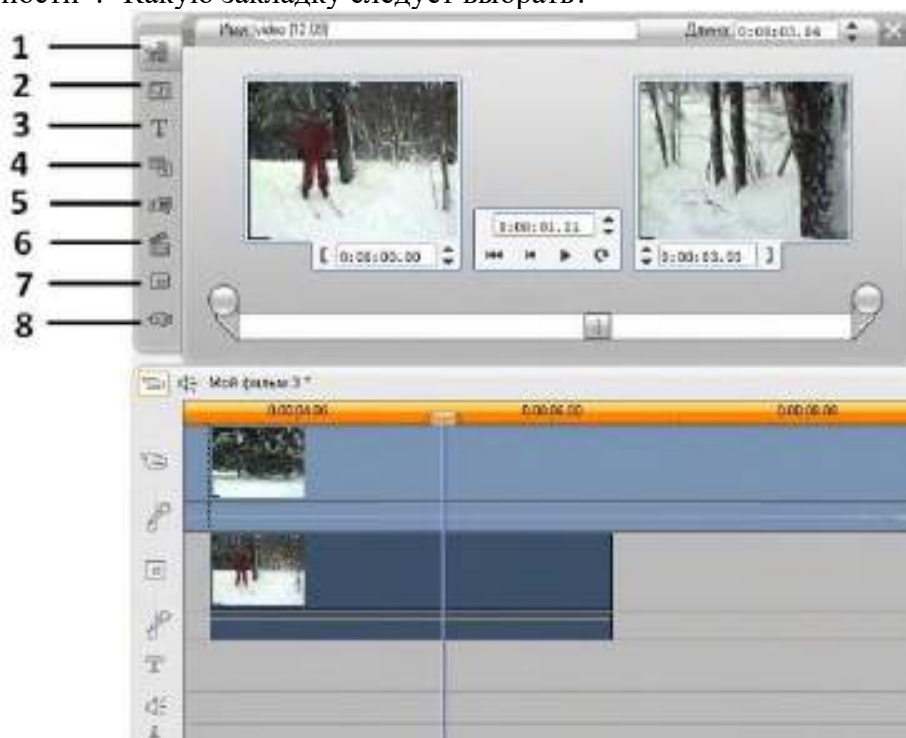


- главной дорожке
 - дорожке наложений
 - нигде, это нельзя сделать
4. Как при помощи Инструментария перейти к панели настройки эффекта "картинка в картинке"? Какую закладку следует выбрать?



- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5
- f) 6
- g) 7
- h) 8

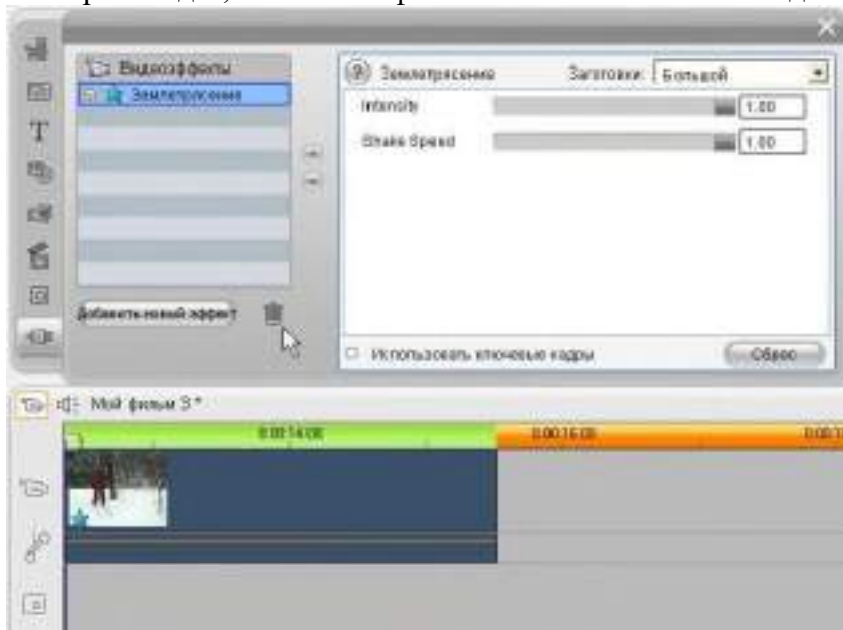
5. Как при помощи Инструментария перейти к панели настройки эффекта "ключ цветности"? Какую закладку следует выбрать?



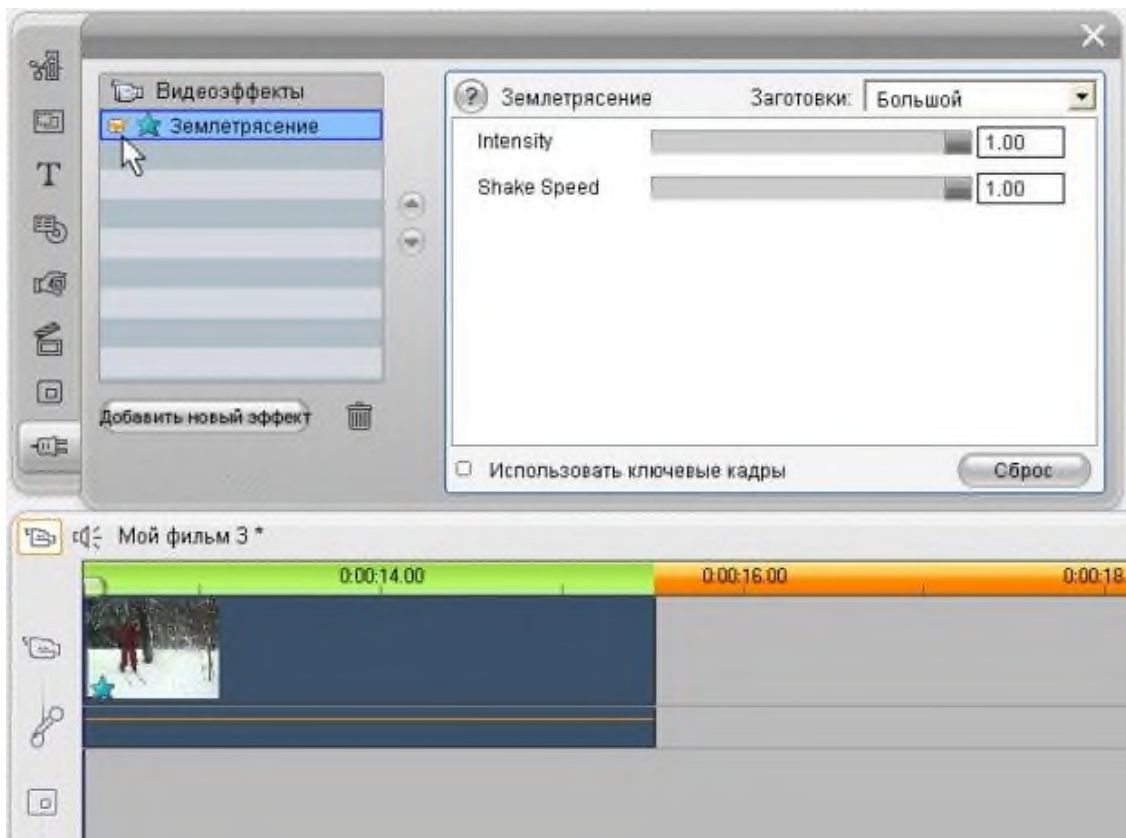
- a) 1
 - b) 2
 - c) 3
 - d) 4
 - e) 5
 - f) 6
 - g) 7
 - h) 8
6. Как воспроизвести анимацию?
 - a. Файл-Открыть
 - b. Фильтры-Визуализация
 - c. Фильтры-Воспроизвести
 7. Как убрать шумы с фотографии?
 - a. Фильтры-Улучшение-Подавление шума
 - b. Фильтры-Шум-Шум RGB
 - c. Фильтры-Свет и тень
 8. Для чего нужен инструмент ножницы?
 - a. Для выделения области произвольными линиями и отрезками
 - b. Для произвольного выделения и рисования контуров
 - c. Для выделения соседних областей по схожести цвета

Вариант 2

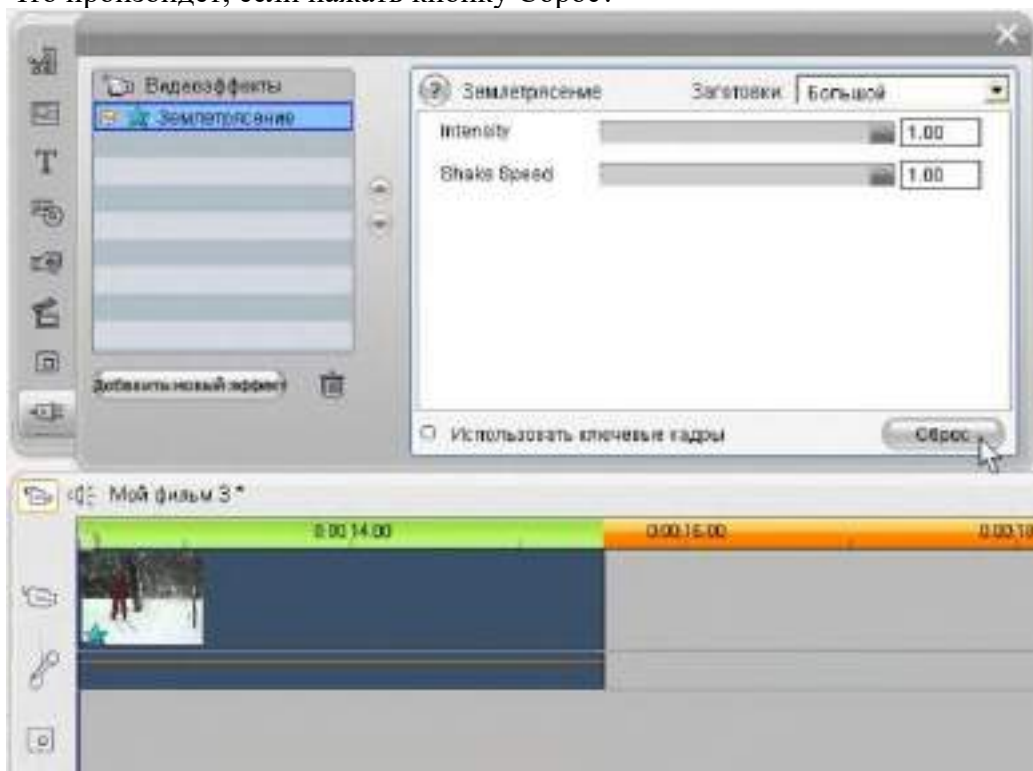
1. Что произойдет, если снять флажок слева от названия выделенного эффекта?



- a) выделенный эффект будет удален
 - b) выделенный эффект будет временно отключен
 - c) все эффекты будут отключены
2. Что произойдет, если нажать кнопку Удалить (с изображением корзины)?

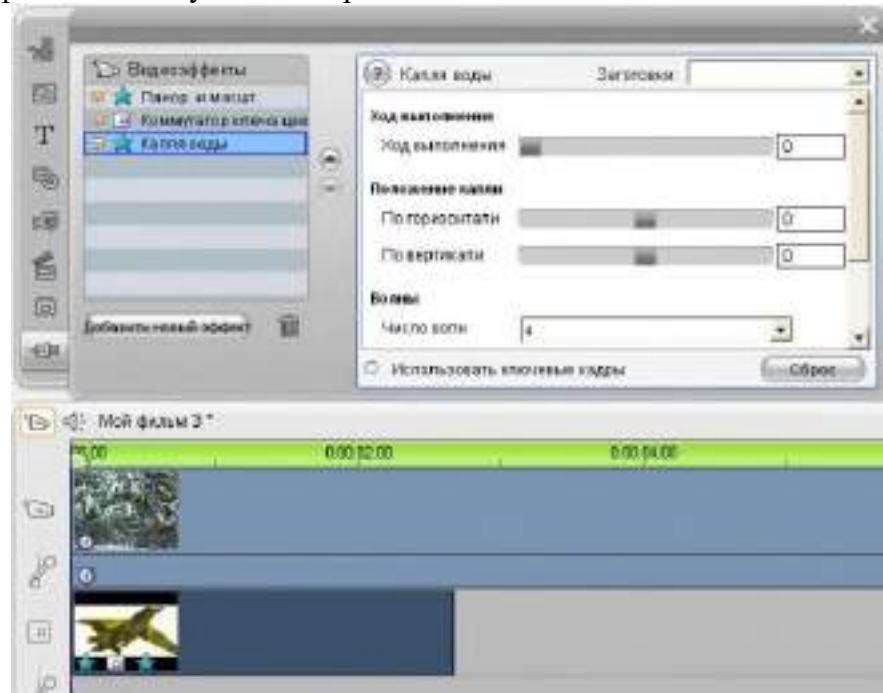


- a) выделенный эффект будет удален
 - b) выделенный эффект будет временно отключен
 - c) все эффекты будут удалены
 - d) все эффекты будут отключены
3. Что произойдет, если нажать кнопку Сброс?

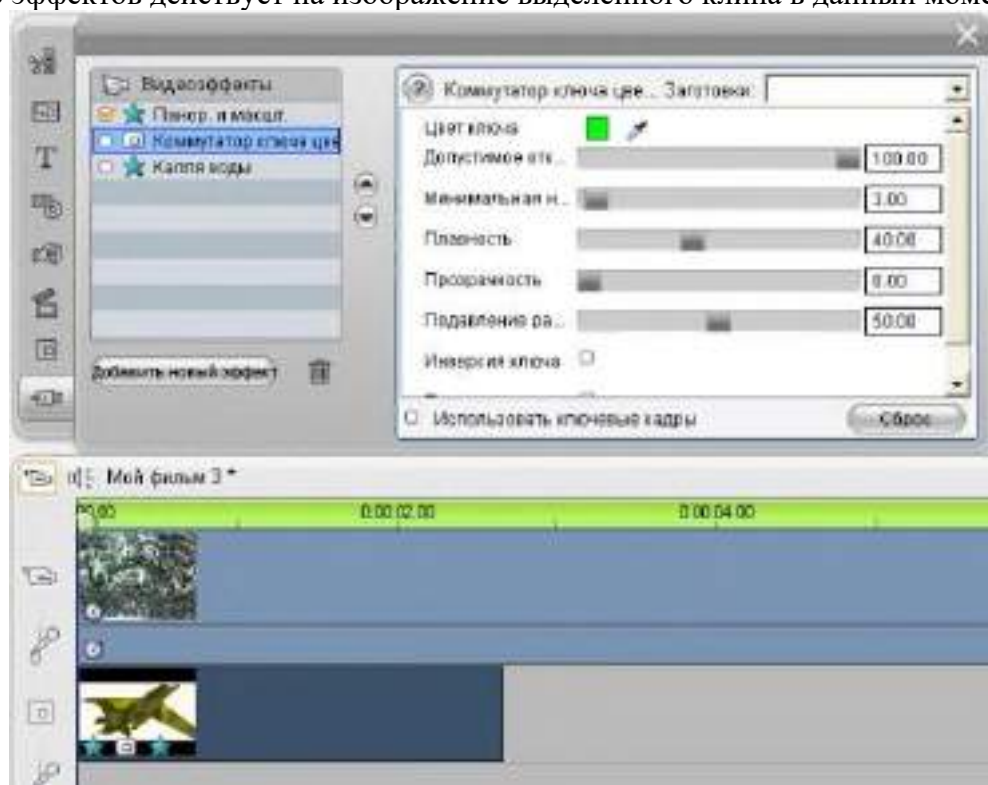


- a) выделенный эффект будет удален
- b) выделенный эффект будет временно отключен

- с) параметры эффекта будут изменены на значения по умолчанию
 - д) все эффекты будут удалены
 - е) все эффекты будут отключены
4. Сколько эффектов действует на изображение выделенного клипа в данный момент?



- а) 2
 - б) 1
 - в) 3
5. Сколько эффектов действует на изображение выделенного клипа в данный момент?



- а) 3
- б) 2
- в) 1

6. В цветовой модели RGB установлены следующие значения компонент: (0, 255, 0). Какой цвет будет соответствовать этим параметрам?
 - a. черный
 - b. красный
 - c. зеленый
 - d. синий
7. С помощью какого инструмента можно отразить слой горизонтально?
 - a. Перспектива
 - b. Искривление
 - c. Зеркало
 - d. Масштаб
8. Маска –это:
 - a. полутоновое изображение, хранящее в себе информацию о выделении
 - b. полутоновое изображение, ограничивающее рабочую область экрана
 - c. полутоновое изображение, разграничивающее светлые и темные области изображения

ПК-3.3. Применяет инструменты и методы системного анализа, проектирования баз данных, объектно-ориентированного программирования, web-программирования и дизайна, языков программирования интеллектуальных информационных систем, современных структурных языков программирования

Знать: способы применения инструментов и методов системного анализа, проектирования баз данных, объектно-ориентированного программирования, web-программирования и дизайна, языков программирования интеллектуальных информационных систем, современных структурных языков программирования

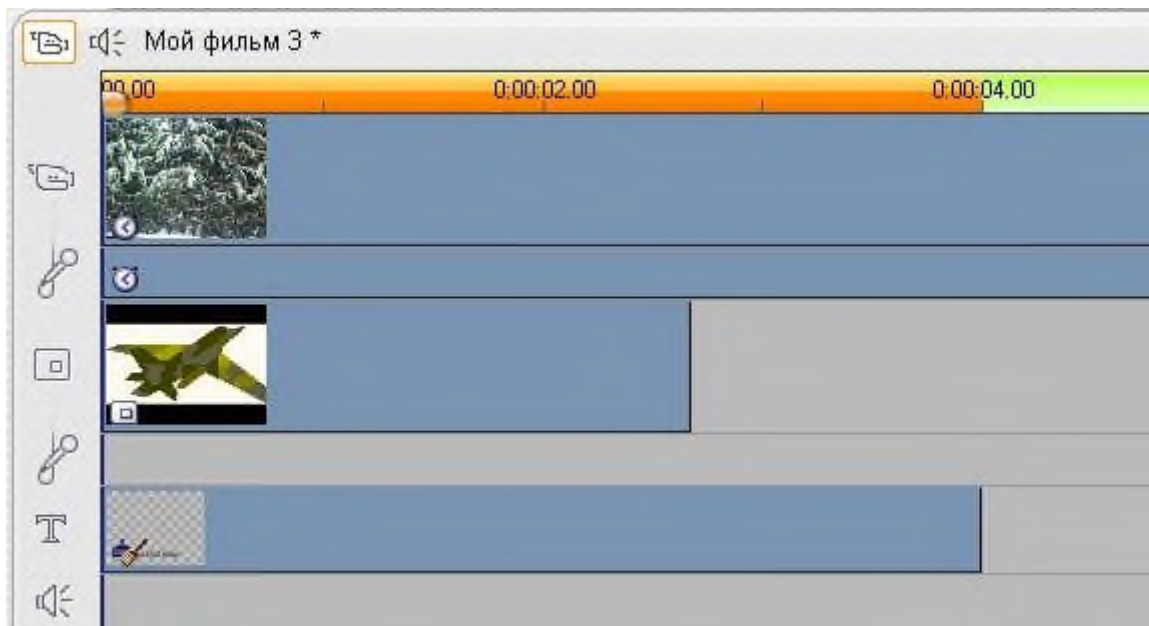
Уметь: применять инструменты и методы системного анализа, проектирования баз данных, объектно-ориентированного программирования, web-программирования и дизайна, языков программирования интеллектуальных информационных систем, современных структурных языков программирования

Владеть: навыками необходимыми для применения инструментов и методов системного анализа, проектирования баз данных, объектно-ориентированного программирования, web-программирования и дизайна, языков программирования интеллектуальных информационных систем, современных структурных языков программирования

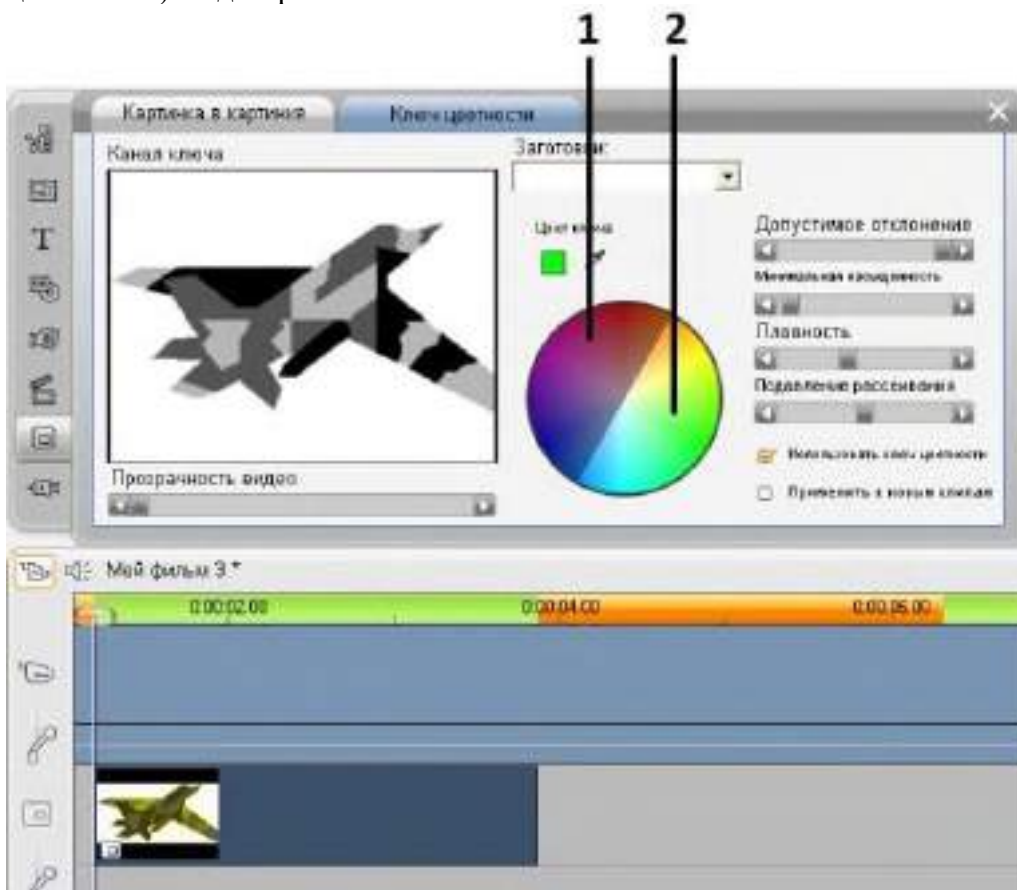
Показатель оценивания: умение обрабатывать растровые изображения в графическом редакторе Gimp, а также обрабатывать видеофрагменты в видео редакторе Shotcut.

Вариант 1

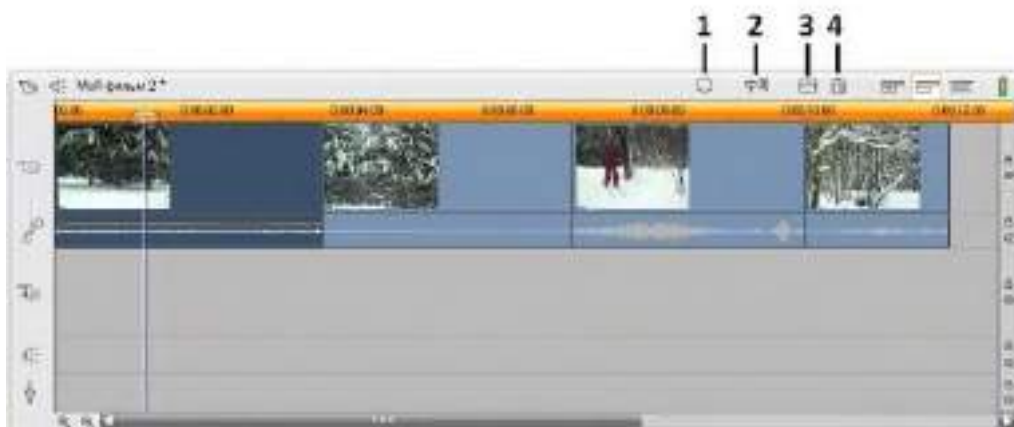
1. Одному из клипов назначен эффект "скорость". На какой дорожке он расположен?



- а) главной дорожке
 - б) дорожке наложений
 - с) дорожке титров
2. Какой меткой выделен диапазон прозрачных цветов эффекта "хрома-кей" ("ключ цветности") на диаграмме?

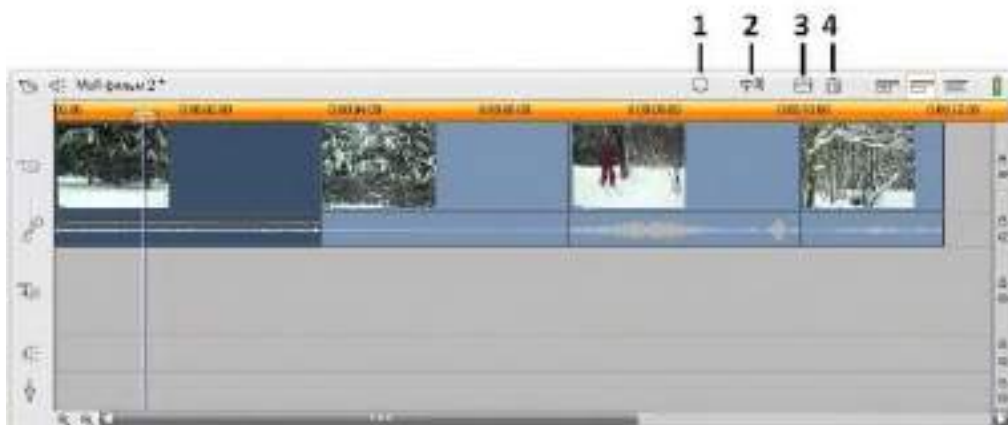


- а) 1
 - б) 2
3. Какую кнопку надо нажать для разрезания клипа в позиции текущего кадра?



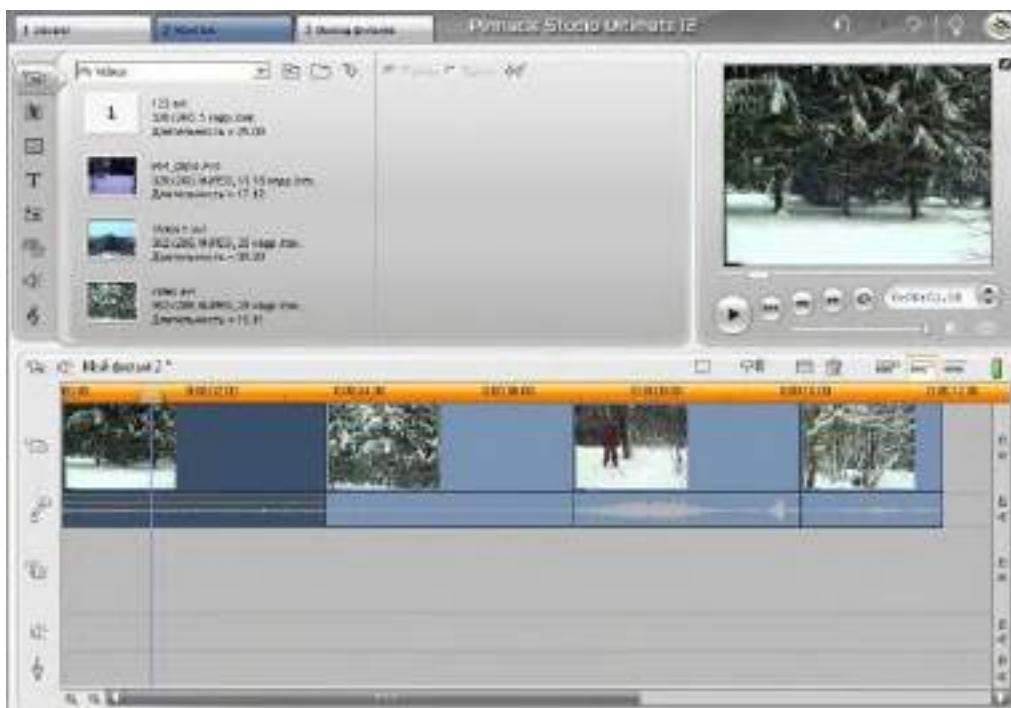
- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4

4. Какую кнопку надо нажать для удаления выделенного клипа?



- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4

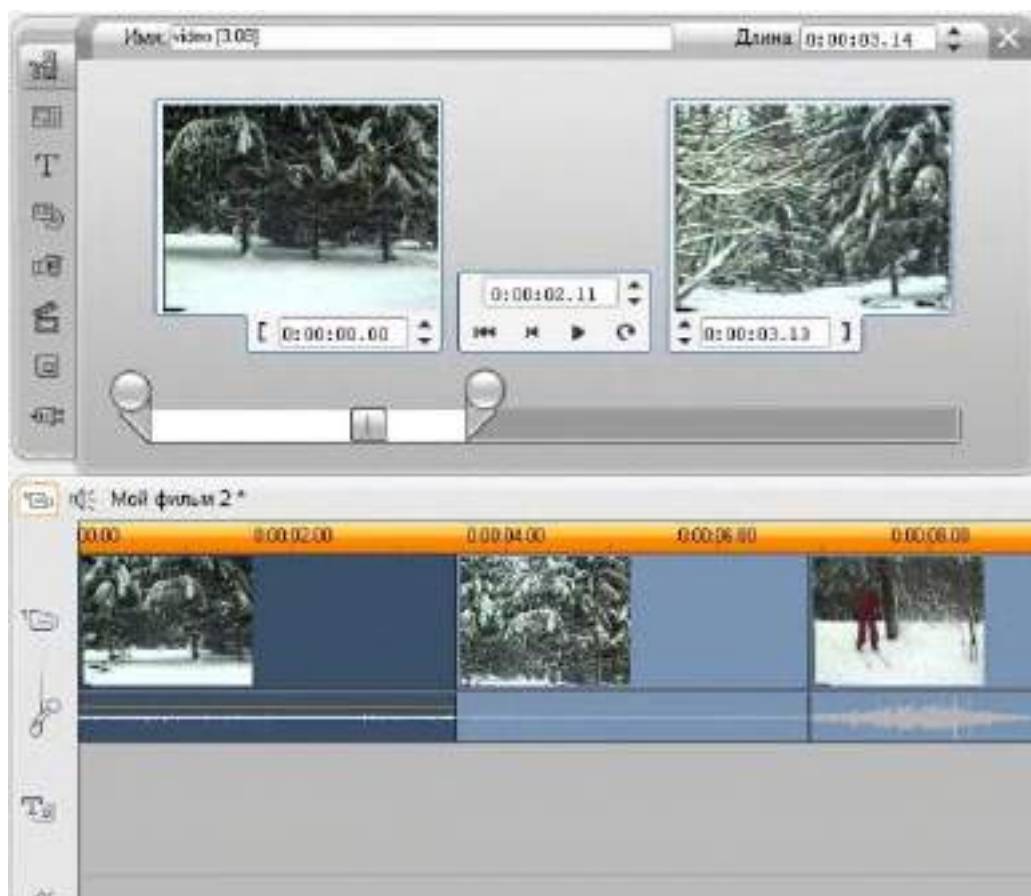
5. Какой клип (по счету, от начала фильма) будет удален, если нажать клавишу Delete на клавиатуре?



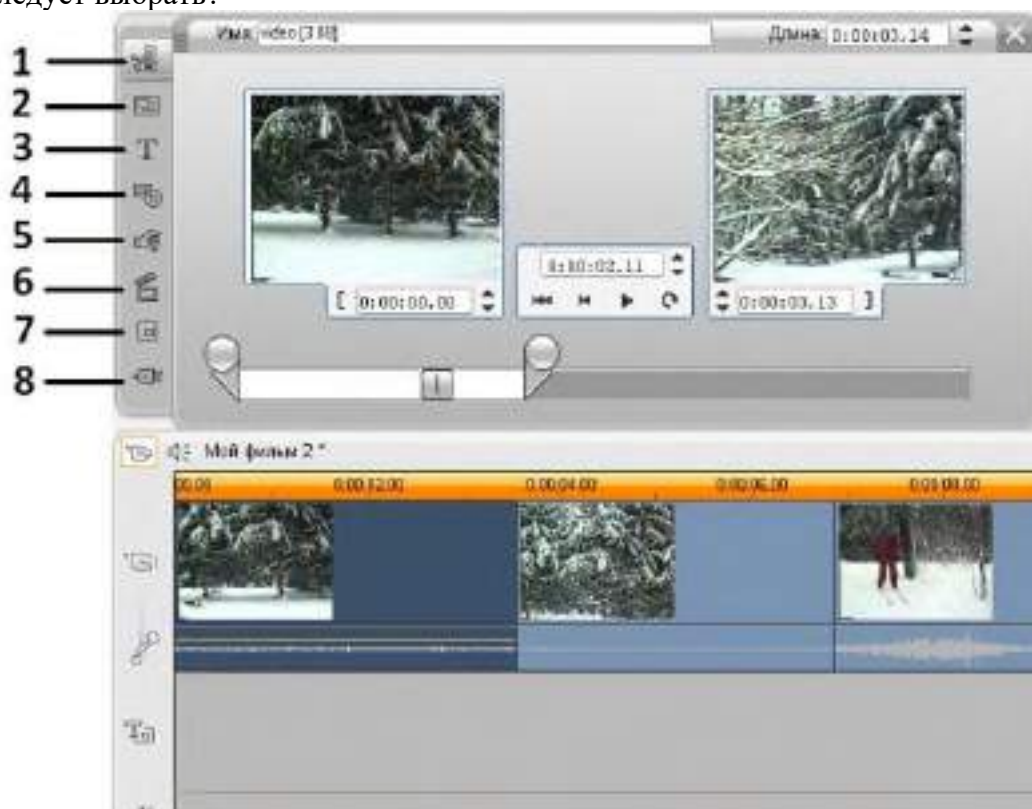
- a) 1
 - b) 2
 - c) 3
 - d) 4
6. Для плавного воспроизведения анимации необходима скорость не менее:
 - a. 36 кадров в секунду
 - b. 24 кадров в секунду
 - c. **12 кадров в секунду**
 7. Растровый графический редактор используется для ... (выберите один из ответов):
 - a. построения диаграмм
 - b. создания чертежей
 - c. построения графиков
 - d. **редактирования фотографий**
 8. Какой инструмент используется для рисования линий с жёсткими краями от руки?
 - a. Кисть
 - b. Аэрограф
 - c. **Карандаш**
 - d. Плоская заливка

Вариант 2

1. Какой из клипов (по счету, от начала фильма) открыт в Видео-Инструментарии?



- a) 1
 - b) 2
 - c) 3
2. Как при помощи Инструментария перейти к вставке титров в фильм? Какую закладку следует выбрать?



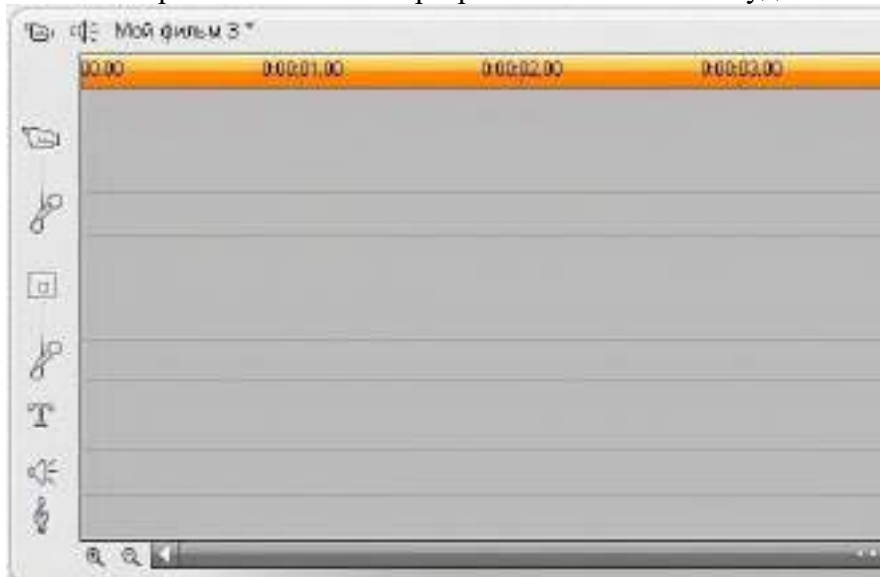
- a) 1
- b) 2
- c) **3**
- d) 4
- e) 5
- f) 6
- g) 7
- h) 8

3. На какие из треков окна Фильм разрешается вставлять видеоклипы?



- a) **на главную дорожку**
- b) на дорожку наложений
- c) на дорожку титров
- d) на дорожку аудиоэффектов

4. На какие из треков окна Фильм разрешается вставлять аудиоклипы (из аудиофайлов)?



- a) на главную дорожку
- b) на дорожку наложений
- c) **на музыкальную дорожку**
- d) на дорожку аудиоэффектов

5. Какие из перечисленных программ предназначены для цифрового видеомонтажа на компьютере?

- a) Pinnacle Studio
 - b) Adobe Premiere Pro
 - c) Microsoft Windows Movie Maker
6. Текст, созданный при помощи инструмента Текст, автоматически располагается
 - a. в активном слое
 - b. в фоновом слое
 - c. в новом слое
 - d. в верхнем слое
 7. При выполнении тоновой коррекции основной задачей является:
 - a. оптимизация контрастности и яркости снимка
 - b. уменьшение количества оттенков в изображении
 - c. удаление бликов и теней
 8. При включении этого параметра последовательная демонстрация слоев будет выполняться бесконечно, т.е. после отображения последнего слоя будет отображен первый:
 - a. бесконечный цикл
 - b. задержка между кадрами
 - c. расположение кадра

***Практико-ориентированные задания для оценки сформированности компетенций
в соответствии с индикаторами их достижения***

ПК-2.1: Демонстрирует знание теории баз данных; методов и средств проектирования баз данных; современных систем управления базами данных; современного состояния и тенденций развития систем управления базами данных, информационных хранилищ

Задание на создание графического изображения в растровом редакторе Gimp

1. В графическом редакторе Gimp добейтесь зеркального отображения рисунка, таким образом, чтобы получилась бабочка (см. файл 7-18_1.tif).
2. Откройте файл Nature.jpg. С помощью инструмента **Штамп**, рассадите лилию на все листья изображения
3. Откройте изображение Dog's eye.tif. С помощью инструмента Овального выделения и Фильтра Обесцвечивания, уберите эффект «красных глаз».
4. В графическом редакторе Gimp, придайте девушке привлекательный вид: покрасьте волосы в один цвет, «заштопайте» колготки. (Hippy.tif)
5. В графическом редакторе Gimp, используя инструмент Rubber Stamp, перенесите цвет у плодоножки яблока на его бочек так, чтобы он стал желтым (файл Apple.tif).

ПК-2.2: Способен выявлять проблемы избыточности данных; моделировать предметную область с использованием современных CASE-средств; выполнять нормализацию отношений; создавать логическую модель предметной области методом сущность-связь.

6. . В графическом редакторе Gimp, используя инструмент Magic Wand, отделите изображение яблока (Apple.tif) и поместите его на тарелку (см. файл Fruit.tif), придайте яблоку нужный размер и положение, сохраните рисунок в формате Jpg.
7. В графическом редакторе Gimp отделите небо на фотографии (Clouds.tif) и «рассейте» лондонский туман на фотографии London.tif.
8. В графическом редакторе Gimp, используя инструмент Lasso, отделите изображение медведя (Bear.tif) и поместите его в лес (см. файл Forest010.jpg).
9. . В графическом редакторе Gimp, поместите лодочника (Wilderness.psd) в «туман»(Tuman.jpg). Добейтесь эффекта прозрачности тумана так, чтобы лодочник был

виден. Сохраните рисунок в формате Jpg.

10. В графическом редакторе Gimp, поместите изображение бабочки и цветов (Flower2.tif) на фотографию девушки (girl.tif). Добейтесь эффекта прозрачности бабочки, сохраните рисунок в формате Jpg.

ПК-2.3: применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

11. В графическом редакторе Gimp, создайте баннер для презентации графического редактора Photo shop, используя файлы logos adobe.tif и Bahamas_ocean.jpg.
12. В графическом редакторе Gimp, используя инструменты группы Blur, придайте четкость изображению. (см. файл cat.tif).
13. В графическом редакторе Gimp создайте следующее изображение
14. В графическом редакторе Gimp добейтесь зеркального отображения рисунка, таким образом, чтобы получилась бабочка (см. файл 7-18_1.tif)



ПК-3.1: Демонстрирует знание методов выявления и анализа требований к информационной системе для автоматизации финансово – экономических и управленческих процессов с учетом действующих правовых норм и стандартов профессиональной деятельности.

Задания на создание видео фрагментов в Shotcut

1. Создайте видеоролик на тему русской народной сказки «Колобок». Используйте изображения из папки Экзамен или ресурсы сети Интернет. Сделайте подписи к каждому фрагменту и титры. Подберите соответствующий звукоряд. Сохраните в формате .avi или .mp4.
2. Создайте видеоролик на тему русской народной сказки «Теремок». Используйте изображения из папки Экзамен или ресурсы сети Интернет. Сделайте подписи к каждому фрагменту и титры. Подберите соответствующий звукоряд. Сохраните в формате .avi или .mp4.
3. Создайте видеоролик на тему книги Б.Заходера «Приключения Винни Пуха». Используйте изображения из папки Экзамен или ресурсы сети Интернет. Сделайте подписи к каждому фрагменту и титры. Подберите соответствующий звукоряд. Сохраните в формате .avi или .mp4.
4. Создайте видеоролик на тему устройства ввода ПК. Используйте изображения из сети Интернет. Сделайте подписи к каждому фрагменту и титры. Подберите соответствующий звукоряд. Сохраните в формате .avi или .mp4.

ПК-3.2: Способен выполнять описание предметной области автоматизации; проводить обоснование проектных решений по видам обеспечения информационных систем.

Задание на создание графического изображения в растровом редакторе Gimp

1. Откройте файл 200024.jpg. Уберите активный фон с помощью Гауссова размывания.
2. Откройте файл Храм.jpg из папки Коррекция. Сделайте изображение светлее и вставьте следующий текст: «Храм Николая Чудотворца».
3. Откройте файл Flower2.tif. Уберите активный фон, используя инструменты: выделения объекта, быструю маску, и Гауссово размывание.
4. Используя инструменты графического редактора Gimp, добейтесь контрастного и четкого изображения (см. файл Veteran.tif).
5. В графическом редакторе Gimp добейтесь зеркального отображения рисунка, таким образом, чтобы получилась бабочка (см. файл 7-18_1.tif).

ПК-3.3: Применяет инструменты и методы системного анализа, проектирования баз данных, объектно-ориентированного программирования, web-программирования и дизайна, языков программирования интеллектуальных информационных систем, современных структурных языков программирования

Задания на создание видео фрагментов в Shotcut

1. Создайте видеоролик на тему устройства вывода ПК. Используйте изображения из сети Интернет. Сделайте подписи к каждому фрагменту и титры. Подберите соответствующий звукояд. Сохраните в формате .avi или .mp4.
2. Создайте видеоролик на тему рыбы в моем аквариуме. Используйте изображения из сети Интернет. Сделайте подписи к каждому фрагменту и титры. Подберите соответствующий звукояд. Сохраните в формате .avi или .mp4.
3. Создайте видеоролик на тему Моя любимая порода кошек. Используйте изображения из сети Интернет. Сделайте подписи к каждому фрагменту и титры. Подберите соответствующий звукояд. Сохраните в формате .avi или .mp4.
4. Создайте видеоролик на тему Моя любимая порода собак. Используйте изображения из сети Интернет. Сделайте подписи к каждому фрагменту и титры. Подберите соответствующий звукояд. Сохраните в формате .avi или .mp4.

Контрольные вопросы для оценки сформированности компетенций в соответствии с индикаторами их достижения

Вопросы к экзамену:

1. Что такое компьютерная графика
 2. Виды компьютерной графики. Достоинства и недостатки
 3. Растровая графика. Достоинства и недостатки. Назовите программное обеспечение, обрабатывающее растровые изображения.
 4. Форматы графических файлов
 5. Разрешение изображения и его размер. Как его изменение может повлиять на растровые и векторные изображения?
 6. Цвет изображения (цветовые модели или режимы)
 7. Как строится изображение на экране монитора? Какие цветовые режимы Вы знаете?
 8. Графический редактор GIMP. Основные возможности.
 9. Структура экрана, панели инструментов и свойств графического редактора Gimp.
 10. Меню Файл и Правка графического редактора Gimp.
 11. Что такое слой? Назовите основные инструменты группы Выделения, обрезки и перемещения?
 12. Что такое слой? Что понимается под цветом переднего плана и цветом фона? Как открыть существующее изображение? При сохранении его изменений, затирается ли его исходник?
 13. В чем отличие команд Сохранить, Сохранить как, Экспортировать? Что такое шаблон и как его создать?
 14. Особенности работы с фрагментами изображения в Gimp
 15. Параметры группы инструментов выделения
 16. Палитра Каналы. Управление каналами
 17. Маски выделения. Создание быстрой маски.
 18. Дефекты растрового изображения и способы их устранения.
 19. Видео кодеки и контейнеры. разница между кодеком и контейнером?
 20. Ввод и архивирование видео
 21. Дисковые форматы
 22. Потокное и веб видео
 23. Контейнеры для архивирования и ввода
-

24. Какой кодек и контейнер выбрать
25. . Характеристика цифрового аудиосигнала
26. . Характеристики цифрового видеосигнала, способы передачи
27. Основные понятия цифрового видео
28. Формат контейнера видеозаписи
29. Методы сжатия видео mpeg-4-кодеров
30. Контроль параметров цифрового видео
31. Что такое mpeg. Структура mpeg-последовательности.
32. Видео киоски, видео по требованию, видео по телефону, Обучение, Презентации, Видео библиотеки
33. Кабельное телевидение
34. Носители цифрового видео
35. Цифровое и аналоговое аудио
36. Передача аналогового аудио
37. Обработка аналогового аудио
38. Запись аналогового аудио
39. Получение цифрового аудиосигнала
40. Передача цифрового аудио
41. Обработка цифрового аудио
42. Воспроизведение звука
43. Аудио форматы
44. Видео форматы
45. Наиболее популярные форматы медиафайлов

III. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Экзамен проходит в компьютерном классе в устной форме. Практические задания выполняются за компьютером. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Технологии разработки и производ-
ства рекламного и PR-продукта»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.
Показатель оценивания: способность прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.
Показатель оценивания: оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
Показатель оценивания: проведение мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
Показатель оценивания: понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;

Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.
Показатель оценивания: реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов
Показатель оценивания: применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Шкала оценивания – зачтено, не зачтено

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;

Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.

Показатель оценивания: способность прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Рекламный продукт (реклама) – это:

- А. Новый товар, который может быть представлен в виде информации, как это подчеркивается в Федеральном законе от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе", материального рекламного средства, в виде услуги, вспомогательной конструкции, необходимой для восприятия свойств товара, технического (программного) средства для формирования идеи и непосредственной разработки рекламного сообщения, а также решений, которые реализуются в ходе деятельности субъектов рекламного рынка на этапах технологической цепочки рекламной кампании.
- Б. Это заключенные в средства рекламы наиболее важные потребительские выгоды (атрибуты), представляющие образ товара в виде рекламного продукта и придающие добавочную ценность или выгоду от его приобретения.
- В. Форма его позиционирования, представленную совокупностью уникальных достоинств товара (атрибутов), с точки зрения выгод потребителя и в соответствии со стратегией маркетинга рекламодателя.
- Г. Практический результат реализации креативной, технологической или организационно-управленческой компоненты рекламной деятельности, используемый для удовлетворения частных, групповых и общественных потребностей в рекламе.

2. Рекламный образ товара – это:

- А. Новый товар, который может быть представлен в виде информации, как это подчеркивается в Федеральном законе от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе", материального рекламного средства, в виде услуги, вспомогательной конструкции, необходимой для восприятия свойств товара, технического (программного) средства для формирования идеи и непосредственной разработки рекламного сообщения, а также решений, которые реализуются в ходе деятельности субъектов рекламного рынка на этапах технологической цепочки рекламной кампании.
- Б. Это заключенные в средства рекламы наиболее важные потребительские выгоды (атрибуты), представляющие образ товара в виде рекламного продукта и придающие добавочную ценность или выгоду от его приобретения.
- В. Форма его позиционирования, представленную совокупностью уникальных достоинств товара (атрибутов), с точки зрения выгод потребителя и в соответствии со стратегией маркетинга рекламодателя.
- Г. Практический результат реализации креативной, технологической или организационно-управленческой компоненты рекламной деятельности, используемый для удовлетворения частных, групповых и общественных потребностей в рекламе.

3. Разновидности рекламных продуктов и услуг можно рассматривать в следующих разрезах:

- А. Результаты творческих рекламных разработок;
- Б. Технологические разновидности рекламного продукта;
- В. Организационно-управленческие элементы рекламного продукта;
- Г. Собственно рекламные услуги.

4. Рекламное сообщение представляет собой:

- А. Наиболее распространенный рекламный продукт, специфика которого заключается в единстве вербальных (наименование фирмы и товара, товарный знак, слоган, текст) и невербальных (образ, цветовая гамма и композиция) смысловых компонент рекламной информации.
 - Б. Элемент рекламной коммуникации, являющийся непосредственным носителем информационного и эмоционального воздействия, оказываемого коммуникатором на получателя.
 - В. Центральный элемент процесса рекламного воздействия на получателя, представляющий главный смысл послания коммуникатора его целевой аудитории.
 - Г. Идея коммуникации и используемые коды послания, которые могут способствовать восприятию данной идеи.
5. Вы занимаетесь маркетингом новой марки автомобиля. Какие сегменты данного рынка с точки зрения преимуществ товара смогло бы определить исследование потребителей? Как будет меняться творческая стратегия рекламы в соответствии с потребностями сегментов? Будьте как можно точнее.
6. Вы занимаетесь маркетингом новой фирмы по производству мебели. Какие сегменты данного рынка с точки зрения преимуществ товара смогло бы определить исследование потребителей? Как будет меняться творческая стратегия рекламы в соответствии с потребностями сегментов? Будьте как можно точнее.
7. Какие требования предъявляются к разработке и технологии производства рекламной Шуточный рекламный ролик пива "Клинское" продемонстрирован в вечернем эфире (21.30). Молодые люди играют в футбол. Вратарь держит кружку пива и говорит: "Футбольный матч выдался жарким. И пиво быстро кончилось. Жажда меня замучила, но пока я ходил за новой кружечкой, нашим забили гол!.. Отсюда правило: вратарь не должен ходить за пивом!" Вопрос. Сколько нарушений в данной рекламе Вы обнаружили?
8. ОАО "Автодом" потребовал от ЗАО "Автодом" прекратить использование обозначения "Автодом", так как оно являлось зарегистрированным товарным знаком истца. Истец указал, что во всех печатных изданиях и рекламах ЗАО использует не фирменное наименование: ЗАО "Автодом", а обозначение "Автодом", сходное до степени смешения с товарными знаками истца". Ответчик обосновал свою позицию тем, что указывая в рекламе свое фирменное наименование, пользовался своим исключительным правом. Вопрос. Кто прав в данной ситуации?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Рекламное обращение представляет собой:

- А. Наиболее распространенный рекламный продукт, специфика которого заключается в единстве вербальных (наименование фирмы и товара, товарный знак, слоган, текст) и невербальных (образ, цветовая гамма и композиция) смысловых компонент рекламной информации.
- Б. Элемент рекламной коммуникации, являющийся непосредственным носителем информационного и эмоционального воздействия, оказываемого коммуникатором на получателя.
- В. Центральный элемент процесса рекламного воздействия на получателя, представляющий главный смысл послания коммуникатора его целевой аудитории.
- Г. Идея коммуникации и используемые коды послания, которые могут способствовать восприятию данной идеи.

2. Структура рекламного обращения включает в себя следующие части:

- А. Заголовок и слоган;
- Б. Зачин и информационный блок;
- В. Справочные сведения;
- Г. Эхо-фразу.

3. Модель AIDA (attention — interest — desire — action, т. е. внимание — интерес — желание — действие). Предложена:

- А. Американцем Элмером Левисом в 1896 г.
- Б. Г.Гольдманом в 1953 г.
- В. Американским рекламистом Расселом Колли (1961 г.).
- Г. Шведским маркетингологом Рольфом Йенсеном.

4. Креатив - это:

- А. Оригинальная идея, которая выделяет клиента, товар или услугу в ряду аналогичных.
- Б. Это передача рекламного сообщения таким образом, который бы оказывал релевантное влияние.
- В. Это точное представление позиции торговой марки, привлекающее внимание, изложенное детально, обладающее эффектом катализатора, подчиняющееся цензуре, действующей в сми.
- Г. Процесс получения оригинальной идеи.

- 5. 1) В телевизионном рекламном ролике компании Pepsi солист группы "Звери" Роман Билык поздним вечером громко поет на крыше песню "Районы Кварталы". 2) Имиджевый клип компании "Атор" содержит фрагмент голливудского фильма "Большой Лебовски", где мужчина бейсбольной битой разбивает легковой автомобиль, после чего на экране появлялся текст с надписью: "Мы не показываем плохих фильмов, у нас - 24 часа отличной рекламы". Вопрос. Что общего между указанными рекламными роликами?
- 6. Во Владикавказе ООО "Фирма "Балтика"" начала выпускать водку под брендом "Балтика" с этикеткой, напоминающей этикетку известного пива пивоваренная компания "Балтика" обратилась в арбитражный суд с иском о защите своего товарного знака. Из-за того что у пивоваров не оказалось регистрации в классе алкогольных напитков за исключением пива, одна из инстанций (арбитражный суд Северо-Кавказского округа) вынесла решение в пользу водки. В конце концов, питерские пивовары дело выиграли... Вопрос. Какой аргумент нашел суд в их пользу?
- 7. Вы занимаетесь маркетингом новой марки одеколona для мужчин. Какие сегменты данного рынка с точки зрения преимуществ товара смогло бы определить исследование потребителей? Как будет меняться творческая стратегия рекламы в соответствии с потребностями сегментов? Будьте как можно точнее.
- 8. Что общего между указанными выражениями с точки зрения методов рекламирования? Какой вид рекламы предлагается в данном случае? "Вода, воздух, жизнь", "Хлеба, вина - и жизнь полна!" "Объединим наши таланты" "Счастье принадлежит..." "Живи настоящим..." "Вкус жизни только с ..." "Мечты сбываются, когда..." "Совершенство - это..." "Выход есть...". "Хлеб - сколько труда и сколько добра в него вложено ... ароматный, мягкий и теплый хлеб ... Что может быть вкуснее? ... Только хлеб и Rama ... Хлеб и Rama ... созданы друг для друга".

Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.
Показатель оценивания: оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **ТРИЗ — теория решения изобретательских задач. Ее создателем является:**
 - А. Т.С. Альтшуллер.
 - Б. И. Л. Викентьев.
 - В. Э. Левис.
 - Г. Г.Гольдман.

2. **Методика слома стереотипа, «метод разрыва» (disruption) предложил:**
 - А. Т.С. Альтшуллер.
 - Б. Э. Левис.
 - В. Г.Гольдман.
 - Г. Жан-Мари Дрю.

3. **Копирайтер:**
 - А. Создает рекламную концепцию и придумывает под нее текст.
 - Б. Создает рекламную концепцию и придумывает зрительный ряд, обладая художественным образованием и дизайнерскими навыками.
 - В. Контролирует полет творческой фантазии кинохудожника.
 - Г. Несет ответственность за конечный продукт – рекламу и коммерческие передачи.

4. **Бриф – это:**
 - А. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
 - Б. Представляет собой некий запрос, созданный на основе коммуникативной стратегии, и пишется для сотрудников творческого отдела.
 - В. Техническое задание для медиапланирования.
 - Г. Включает цели и задачи рекламной кампании, описание аудитории, самого бренда или услуг, а также конкурентной среды.

5. Оцените фразу: "спиртовой лосьон после бритья сушит и жжет кожу, воспользуйтесь нашим лосьоном". Вопрос. Какое законодательство нарушено? Предложите варианты уточнения, чтобы не нарушать закон.
6. 1) Выходит статья в журнале, восхваляющая достижения какой либо фирмы или уникальность и качество ее товаров или интервью с руководителем компании о продукции его предприятия. 2) Рекламный прием, основанный на эффекте 25-го кадра, который неявным образом воздействует на подсознание человека и манипулирует его поведением. 3) Размещение товарного знака (знака обслуживания) на каких-либо объектах в кино-, теле-, видеофильме, в компьютерной игре. 4) В название спектакля включается наименование бренда. 5) Во время развлекатель-

ной телепередачи ведущие и участники упоминают о каком-либо товаре неоднократно, в разном контексте, не предупреждая, что это реклама. 6) В детективных романах модных писателей и в популярных кинофильмах герои неоднократно используют товары определенных брендов. Вопрос: При каком условии данную рекламу можно квалифицировать как ненадлежащую и с каким определением?

7. Барышева К.И. согласно газетной рекламе приобрела в ООО "Здоровье - 2000" 6 упаковок биологически активной добавки. В рекламе указывалось, что только этот препарат лечит определенные болезни. Однако после четырехмесячного курса лечения ее состояние здоровья ухудшилось. В результате медицинского обследования была обнаружена язвенная болезнь желудка, появившаяся как следствие длительного приема сильнодействующих лекарственных средств. Барышева обратилась в ООО "Здоровье-2000" с требованием вернуть стоимость препарата и компенсировать моральный вред, причиненный ей значительным ухудшением здоровья. Продавец отказался выполнить требования, и заявитель направила иск в суд, а также жалобу в территориальное управление МАП РФ по Москве и Московской области. Вопрос: Какой закон нарушен и какие нормы?
8. Рекламные стратегии компании "Дионис Клуб" (импортер и производитель вин) включают регулярное и активное участие на выставках, где потенциальным потребителям показывается новый ассортимент, устраиваются коллективные дегустации, поощряются и выслушиваются пожелания посетителей. Вопрос. Можно ли это признать как "пропаганду пьянства" и как ненадлежащую рекламу?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основные разделы клиентского брифа:

- А. background.
- Б. target audience (описание целевой аудитории).
- В. objectives (цели и задачи).
- Г. insight.

2. Рекламный текст — это:

- А. Коммуникативная единица, которая функционирует в сфере маркетинговых коммуникаций и предназначена для неличного оплаченного продвижения товара (услуги), идеи или социальной ценности.
- Б. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
- В. Техническое задание для медиапланирования.
- Г. Включает цели и задачи рекламной кампании, описание аудитории, самого бренда или услуг, а также конкурентной среды.

3. Слоган должен:

- А. Отражать основную идею рекламного сообщения;
 - Б. Обладать высокой читаемостью и запоминаемостью;
 - В. Быть кратким;
 - Г. Быть точным и выразительным.
-

4. Существует несколько классификаций ОРТ:

- А. По способу изложения рекламной информации;
- Б. В зависимости от цели рекламного сообщения;
- В. По композиции;
- Г. По длине текста.

5. Сингапурская компания Future Enterprises, производитель кофейных смесей под маркой MacCoffee, обнаружила на российском рынке аналогичный кофейный продукт под маркой "МаксКофе", выпускаемый красноярской продовольственной компанией "Унипак-Сервис" и обратилась за защитой своих прав в суд. Вопрос. Какое решение вынес Московский арбитражный суд?
6. В журнале "Мягков" № 7 за 2006 г. на первой странице была размещена реклама ассортиментного ряда водок "Мягков". Вопрос: Какое решение было принято ФАС?
7. В рекламе ООО "ОСБ - Страховой сервис" распространялась следующая информация: "Страховой Сервис. ОСАГО бесплатно. Акция. Информация по телефону 597-04-34. В здании ГАИ г.Одинцово. Выбор вида страхования и страховой компании за Вами". Также в прессе размещалась реклама: "Страховой Сервис. ОСАГО - бесплатно. Только застраховав свое транспортное средство у нас, Вы вернете себе полную стоимость полиса в течении срока его действия. Выписав полис ОСАГО в других страховых компаниях, Вы страхуете не себя и не свое транспортное средство, а пострадавшую, в результате ваших действий сторону. Только мы предлагаем компенсацию виновнику аварии". Согласно ст. 2 ФЗ "Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств", по договору обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств страховщик обязуется за обусловленную договором плату (страховую премию) при наступлении предусмотренного в договоре страхового случая возместить потерпевшим причиненный вследствие этого события вред их жизни, здоровью или имуществу (осуществить страховую выплату) в пределах страховой суммы. Договор обязательного страхования является публичным. Вопрос. ФАС нашла нарушения в данной рекламе. Какое решение вынесла ФАС?
8. Планирование рекламных заказов с его акцентом на потребителя является секретным оружием Mad Dogs & Englishmen, используемым при создании проницательных и эффективных рекламных планов и стратегий. Выясняя действительные мысли и желания потребителей, планировщики заказов этого агентства получают информацию, которую работники творческой группы могут использовать для разработки более эффективной рекламы, способствующей укреплению образа марки. "В основном, работа планировщика заказов как раз и заключается в том, чтобы понять связь, которая устанавливается между потребителями с одной стороны и маркой, компанией или товаром с другой", - объясняет Майкл Фануэле, заместитель директора по планированию Mad Dogs & Englishmen. Начиная с первой встречи планировщики заказов и менеджеры по работе с клиентом выслушивают пожелания представителя фирмы-клиента и задают ему вопросы о поведении целевой аудитории и особенностях марки. Далее планировщики заказов проводят дополнительные исследования для лучшего понимания того, что заставляет потребителей приобретать и использовать товар фирмы-клиента, а также для выяснения связи между аудиторией и продвигаемой торговой маркой. Затем эти специалисты собираются вместе и составляют творческое резюме, которое помогает творческой группе разработать оригинальную и уместную рекламу, обладающую останавливающим воздействием....

Решение кейса должно быть сопряжено с ответами на следующие вопросы:

1. Какие основные черты присущи творческим работникам?
2. Какие характеристики рекламного мира способствуют, по вашему мнению, творче-

ству? А какие мешают?

3. «Большая идея» - это творческая концепция, вокруг которой разворачивается вся рекламная кампания?

4. В основе творческой концепции лежит воплощение идеи, которое также требует творческого подхода?

5. Творческая концепция должна обладать актуальностью, оригинальностью и воздействием?

6. Все люди от природы обладают творческими способностями?

ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

Показатель оценивания: проведение мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В широком смысле фирменный стиль — это:

- А. Процесс формирования позитивного образа предприятия или организации, включающий следующие составляющие: повышение эффективности работ и управления; улучшение микроклимата в коллективе; улучшение отношения потребителей к организации; восприятие деятельности организации как гарантии качества товаров, сервиса и услуг; закрепление желаемых потребительских предпочтений; повышение эффективности рекламы; экономия средств; повышение культуры производства и обслуживания потребителей; создание позитивного образа организации в глазах общественности.
- Б. Набор цветowych, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое гармоничное единство образа предприятия (организации) в соответствии с производимыми товарами или предоставляемыми услугами, а также со всей исходящей информацией, внутренним и внешним оформлением.
- В. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
- Г. Техническое задание для медиапланирования.

2. Уникальное торговое предложение — это:

- А. Главное потребительское преимущество товара перед конкурентами, его уникальное отличие от других аналогичных марок в глазах потребителя.
- Б. Наличие одной рекламной идеи (например, какого-нибудь харизматичного главного героя или героев), которая подаётся по-разному, в разных сюжетах, разной форме, с разным содержанием. Таким образом, получается интересный рекламный сериал.
- В. Визуальный образ, но бывают и звуковые, и обонятельные.
- Г. Явление восприятия, когда при раздражении одного органа чувств наряду с характерными для него ощущениями возникают ощущения, присущие другому органу чувств.

3. Основой как телевизионного ролика, так и кинорекламы является:

- А. Сценарий.
- Б. Заголовок.
- В. Звуковые эффекты.
- Г. Подбор цветовой гаммы.

4. Директ мейл – это:

- А. Прямая почтовая рассылка, которая позволяет быстро и недорого обратить внимание потенциального клиента на компанию (её продукт или услугу).
- Б. Каталоги и буклеты.
- В. Сувенирная продукция.
- Г. Книги и журналы, а также аудио и видео материалы.

5. Известны "вирусные атаки на известные бренды", сопровождаемые "непрофильным паразитированием". Типа N-я Яйцефабрика выпустила яйца под логотипом МТС, а ликеро-водочный завод - пиво и тоник под брэндом Windows'99. Приведенные примеры демонстрируют как можно использовать лазейку в законодательстве: брэнд, зарегистрированный только в одной товарной категории, можно использовать в других категориях без лицензионного договора. Вопрос. Как предотвратить вирусную атаку на бренд, спасти бренд от копирования?
6. Сделайте подборку рекламных обращений различных форматов одного По решению ФАС в 2005 г. компания ООО "ПИТ Интернейшенл" понесла административную ответственность за размещенную рекламу. В рекламе утверждалось, что пиво "ПИТ" благодаря своей упаковке, обладает рядом преимуществ, которыми не обладает пиво в других пластиковых упаковках, в частности, оно защищено от воздействия ультрафиолетовых лучей. Как показали результаты независимого исследования, данная упаковка пропускает ультрафиолетовые лучи. Вопрос. К каким видам можно отнести данную рекламу?
7. В известном печатном издании (журнал или газета) предприниматель приобретает рекламное место и публикует несложный кроссворд или загадку с обещанием участия читателя в конкурсе (например, "У семи нянек ... без глазу" - угадай слово! или задача: "Найди пять отличий в этих картинках"). Читатель дает правильный ответ и отправляет купон по указанному адресу (как правило, абонентский ящик), после чего читатель получает по почте конверт со штампами: "Вручить лично!" "Конфиденциальная информация внутри!!!" и в конверте обнаруживает, что именно он выиграл "1-й приз большой игры"! Сам президент издательского клуба лично пишет что деньги (170000 рублей) у него в сейфе и что получить их читатель может если предварительно отправит денежный перевод в оплату товаров(например, книг) на сумму не ниже 500 рублей, а затем читатель получит 170000 рублей вместе с заказанным товаром. В конверт вложено множество бумаг: сертификат призера суперноминации, бланк почтового перевода, конверт для отправления квитанции об оплате, каталог интернет-магазина о популярных книгах и видеокассетах, из которых "Победитель" сделает заказ, извещение о бесплатном подарке за любой заказ на сумму более 500 рублей и еще множество рекламных проспектов и буклетов. В итоге оказывается, что победитель конкурса сам оплатил свою победу суммой 500руб.. Иногда разработчики данной аферы высылают ему, например, брошюру, открытку или карманный календарь, которые очевидно стоят намного дешевле переведенной суммы в 500 рублей. Вопрос: Признаки какого правонарушения присутствуют в действиях организаторов конкурса?
8. В рекламном ролике стирального порошка Ariel демонстрируется решение проблемы и категорически утверждается: "...сейчас после стирки у меня все фартучки бе-

лоснежные, поэтому у меня больше посетителей, чем у других ...". Вопрос. К каким видам можно отнести данную рекламу?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основные формы печатной рекламной полиграфии:

- А. Плакат;
- Б. Афиша;
- В. Листовка;
- Г. Видеоролик.

2. Способ печати - это:

- А. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- Б. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- В. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
- Г. Одна из разновидностей высокой печати, где используются резиновые или фотополимерные печатные формы, с которых низковязкая краска оттискивается непосредственно на запечатываемую поверхность.

3. Запечатываемый материал - это:

- А. Базисный материал для печатания, как правило - это бумага, картон или пластмасса.
- Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Г. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

4. Послепечатная технология - это:

- А. Сочетание брошюровочно-переплетных и отделочных технологий.
- Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Д. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

5. Фирма X. GmbH (Германия) более 20 лет специализируется на производстве арматуры и принадлежностей для ванных комнат и водопроводной системы (краны, узлы, крепежные детали, душевое оборудование). Фирма предлагает свою продукцию как для домашних хозяйств, так и для различных организаций. Доля фирмы на внутреннем рынке — 32%, на рынке Франции — 8%, Бельгии — 3%, а крупная торговая компания в Майами ежегодно закупает около 4% производимой продукции фирмы для продажи в США (доля 5%). Общий ежегодный оборот компании превышает 40 млн. немецких марок, а по указанным рынкам — 25 млн. немецких марок. Дифференциация продукции производится фирмой по размерам, цвету, стилю, отделке (металлической и пластиковой), что дает возможность занять более прочные рыночные позиции. Недавно X.GmbH заказала исследование рынка России. Обнадеживающие результаты побудили компанию к активному внедрению на россий-

ский рынок, наметив срок внедрения — один год.

Задание

1. Посоветуйте компании пути внедрения на рынок России.
2. Выявите потенциальные трудности, связанные с каждой возможностью проникновения.
6. ООО "Эльдорадо-Красноярск" распространило рекламу следующего содержания: "Купи телевизор, или DVD-плеер или любой пылесос и получи второй бесплатно" в рамках акции, проводимой компанией. При этом, в указанной акции участвовали товары определенных марок. И только при их покупке второй экземпляр товара предоставлялся в подарок. В рекламе же содержалась информация о том, что при покупке любого пылесоса второй выдается бесплатно. Указание на то обстоятельство, что акция распространялась на ограниченную группу товаров, в рекламе отсутствовало. Вопрос. Что компания нарушила?
7. 1) Компания "Евросеть" разместила рекламу со слоганом: "Евросеть! Евросеть! Цены просто ох...ть!". 2) Сеть магазинов бытовой электроники "Эльдорадо" запомнилась рекламой пылесоса: "Сосу за копейки". 3) Радио "Диско", использовало слоган "Я худею от радио "Диско"". 4) Слоган одного страхового брокера - "Трахнем страх!" Вопрос. Что объединяет данные лозунги? Есть ли нарушения в данной рекламе и в чем они проявляются?
8. В телерекламе фотоаппарата Canon эффектно демонстрируется способность техники для скрытой съемки гражданина на расстоянии. Гражданин на улице садится в машину. А девушка-папарацци возникает не перед ним, а действуя скрытно от него, устанавливает технику в квартире и делает снимки, ничуть не смущаясь, а даже с долей гордости и апломба. Вопрос. Какие нарушения законодательства Вы усматриваете?

ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
Показатель оценивания: понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Способ печати - это:**
 - А. Полиграфический процесс тиражирования издания.
 - Б. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
 - В. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
 - Г. Одна из разновидностей высокой печати, где используются резиновые или фотополимерные печатные формы, с которых низковязкая краска оттискивается непосредственно на запечатываемую поверхность.
2. **Запечатываемый материал - это:**
 - А. Базисный материал для печатания, как правило - это бумага, картон или пластмасса.
 - Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.

- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Г. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

3. Послепечатная технология - это:

- А. Сочетание брошюровочно-переплетных и отделочных технологий.
- Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Д. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

4. К проблемам оценки эффективности затрат на рекламу относятся:

- А. Оценка коммуникативной эффективности рекламной кампании, то есть как числитель дроби рассматривается количество рекламных контактов, достигнутых в итоге каких-либо мероприятий;
- Б. Анализ коммерческой или финансовой эффективности — как отношение прироста объёма продаж (прибыли, товарооборота) к расходам, которые были для этого сделаны на рекламу;
- В. Анализ политической составляющей рекламы;
- Г. Анализ качества материала, содержащегося в рекламе, то есть оценка того, насколько эффективно содержание и форма рекламного обращения позволяют данному обращению выполнять функцию, которая изначально была на него возложена.

- 5. Рекламный слоган: "Посмотрите на мир здоровыми глазами. Оптилекс помог уже многим, поможет и Вам". Вопрос. Есть ли нарушение норм Закона о рекламе? Ответ обоснуйте.

- 6. Туристическое бюро Дании - государственная организация. Перед ним поставлена задача увеличить число туристов из зарубежных стран, а также время их пребывания в стране. Основными клиентами компании бюро считало американцев и японцев. За последние пять лет число туристов из Японии и США увеличивалось на 5-7% в год. Японские группы были более многочисленными, но увеличились всего на 2-3%. Основная проблема заключалась в том, что ни американцы, ни японцы не проводили в Дании свои отпуска.

Корпорация международного туризма на основании маркетинговых исследований сделала вывод, что Дания практически закрыта для нескольких европейских и американских авиалиний, обслуживающих ранее этот район, поскольку туристы, в том числе из интересующих фирму стран, задумывая путешествие в Европу, в первую очередь выбирали Германию, Англию, Францию.

Только 10% из опрошенных американцев и 5% японцев были "немного заинтересованы" посетить Данию, хотя проявили интерес к Франции 40% американцев и 50% японцев. Маркетинговую задачу туристического бюро Дании усложнял также явно возросший интерес туристов к странам Восточной Европы, особенно Польше и Венгрии (30% и 15% американцев и японцев соответственно).

За последние несколько лет у бюро возникли хорошие деловые контакты с рекламными агентствами Нью-Йорка и Токио, которые провели рекламные кампании. Основными средствами рекламы были журналы и газеты. Кроме того, в местные бюро путешествий, а также в другие организации по их запросам рассылались рекламные буклеты. Однако министр, занимающийся проблемами туризма, был убежден, что нужна более эффективная реклама, и предложил бюро разработать всеобъемлющую

рекламную кампанию, которая увеличила бы приток туристов в Данию.

Вопросы и задания

1. Как бы вы охарактеризовали туристов, желающих посетить Данию или провести там свой отпуск?
 2. Предложите виды и средства рекламы и стратегию проведения рекламной кампании на интересующих бюро рынках туризма.
 3. Какие различия вы бы порекомендовали учитывать (если они существуют) между японскими и американскими туристами, чтобы учесть это при разработке рекламной кампании?
7. Компании «Кока-Кола», «Макдоналдс» стали уже давно культурными символами США. Назовите по две торговые марки ставшие культурными символами следующих стран:
- Япония;
 - Россия;
 - Италия;
 - Колумбия;
 - Германия;
 - Франция;
 - Ирландия;
 - Мексика;
 - Швейцария;
 - Австралия;
 - Страны ближнего востока.
8. До начала 1980 года компания «Кока-Кола» допускала использование своего имени исключительно только для известного прохладительного напитка. В течение многих лет она продавала свой напиток только в бутылках объемом 0,33 литра. Сколько видов напитка «Кока-Колы» можно встретить в продаже сегодня, и в какую тару его разливают? Какие виды полиграфии, цвета используются? Какие другие марки безалкогольных напитков выпускает сегодня эта компания?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Уникальное торговое предложение — это:**
 - А. Главное потребительское преимущество товара перед конкурентами, его уникальное отличие от других аналогичных марок в глазах потребителя.
 - Б. Наличие одной рекламной идеи (например, какого-нибудь харизматичного главного героя или героев), которая подаётся по-разному, в разных сюжетах, разной форме, с разным содержанием. Таким образом, получается интересный рекламный сериал.
 - В. Визуальный образ, но бывают и звуковые, и обонятельные.
 - Г. Явление восприятия, когда при раздражении одного органа чувств наряду с характерными для него ощущениями возникают ощущения, присущие другому органу чувств.
2. **Основой как телевизионного ролика, так и кинорекламы является:**
 - А. Сценарий.
 - Б. Заголовок.
 - В. Звуковые эффекты.
 - Г. Подбор цветовой гаммы.
3. **Директ мейл – это:**

- А. Прямая почтовая рассылка, которая позволяет быстро и недорого обратить внимание потенциального клиента на компанию (её продукт или услугу).
- Б. Каталоги и буклеты.
- В. Сувенирная продукция.
- Г. Книги и журналы, а также аудио и видео материалы.

4. Основные формы печатной рекламной полиграфии:

- А. Плакат;
- Б. Афиша;
- В. Листовка;
- Г. Видеоролик.

- 5. Компании «Кока-Кола», «Макдоналдс» стали уже давно культурными символами США. Назовите по две торговые марки ставшие культурными символами следующих стран:
 - Япония;
 - Россия;
 - Италия;
 - Колумбия;
 - Германия;
 - Франция;
 - Ирландия;
 - Мексика;
 - Швейцария;
 - Австралия;
 - Страны ближнего востока.
- 6. До начала 1980 года компания «Кока-Кола» допускала использование своего имени исключительно только для известного прохладительного напитка. В течение многих лет она продавала свой напиток только в бутылках объемом 0,33 литра. Сколько видов напитка «Кока-Колы» можно встретить в продаже сегодня, и в какую тару его разливают? Какие виды полиграфии, цвета используются? Какие другие марки безалкогольных напитков выпускает сегодня эта компания?
- 7. В поисках региональных дилеров компания "Кенга" (игровые приставки) решила экспонироваться в Воронеже на выставке товаров для детей. Но неожиданно организаторы перед началом выставки резко снизили уровень специализации выставки и предоставили оставшиеся места розничным торговым организациям, предлагающим товары народного потребления, в том числе электронику, косметику, парфюмерию, продукты питания и т. д. Вопрос: Какой выход из положения нашли сотрудники фирмы "Кенга", чтобы не нарушить условия участия в выставке.
- 8. В 2005 г. компания "Глория Джинс" участвовала в московской выставке, организованной турецкими конкурентами российской компании. По условиям организаторов реклама стенда для участников была запрещена. Вопрос: Какой выход из положения нашли сотрудники фирмы "Глория Джинс", чтобы не нарушить условия участия в выставке.

ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.

Показатель оценивания: реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Рекламный текст — это:

- А. Коммуникативная единица, которая функционирует в сфере маркетинговых коммуникаций и предназначена для неличного оплаченного продвижения товара (услуги), идеи или социальной ценности.
- Б. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
- В. Техническое задание для медиапланирования.
- Г. Включает цели и задачи рекламной кампании, описание аудитории, самого бренда или услуг, а также конкурентной среды.

2. Слоган должен:

- А. Отражать основную идею рекламного сообщения;
- Б. Обладать высокой читаемостью и запоминаемостью;
- В. Быть кратким;
- Г. Быть точным и выразительным.

3. Существует несколько классификаций ОРТ:

- А. По способу изложения рекламной информации;
- Б. В зависимости от цели рекламного сообщения;
- В. По композиции;
- Г. По длине текста.

4. В широком смысле фирменный стиль — это:

- А. Процесс формирования позитивного образа предприятия или организации, включающий следующие составляющие: повышение эффективности работ и управления; улучшение микроклимата в коллективе; улучшение отношения потребителей к организации; восприятие деятельности организации как гарантии качества товаров, сервиса и услуг; закрепление желаемых потребительских предпочтений; повышение эффективности рекламы; экономия средств; повышение культуры производства и обслуживания потребителей; создание позитивного образа организации в глазах общественности.
- Б. Набор цветowych, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое гармоничное единство образа предприятия (организации) в соответствии с производимыми товарами или предоставляемыми услугами, а также со всей исходящей информацией, внутренним и внешним оформлением.
- В. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
- Г. Техническое задание для медиапланирования.

5. Какие требования предъявляются к разработке и технологии производства рекламной продукции в арт-бизнесе?
6. Каковы возможности использования рекламно-сувенирной продукции в продвижении музейных брендов?
7. В чем различия медиапланирования для телевидения и радио?
8. Что является показателем эффективной деятельности творческой организации или учреждения культуры и искусства?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Методика слома стереотипа, «метод разрыва» (disruption) предложил:**
 - А. Т.С. Альтшуллер.
 - Б. Э. Левис.
 - В. Г.Гольдман.
 - Г. Жан-Мари Дрю.

 - 2. Копирайтер:**
 - А. Создаёт рекламную концепцию и придумывает под нее текст.
 - Б. Создаёт рекламную концепцию и придумывает зрительный ряд, обладая художественным образованием и дизайнерскими навыками.
 - В. Контролирует полет творческой фантазии кинохудожника.
 - Г. Несёт ответственность за конечный продукт – рекламу и коммерческие передачи.

 - 3. Бриф – это:**
 - А. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
 - Б. Представляет собой некий запрос, созданный на основе коммуникативной стратегии, и пишется для сотрудников творческого отдела.
 - В. Техническое задание для медиапланирования.
 - Г. Включает цели и задачи рекламной кампании, описание аудитории, самого бренда или услуг, а также конкурентной среды.

 - 4. Основные разделы клиентского брифа:**
 - А. background.
 - Б. target audience (описание целевой аудитории).
 - В. objectives (цели и задачи).
 - Г. insight.

 5. Что должна содержать креативная рекламная информация, учитывающая потребности целевой аудитории?
 6. Какие виды рекламной продукции используются в продвижении творческих произведений (концертов, спектаклей, фильмов и т.п.) на рынок культурных услуг?
 7. Определите формулу цвета, формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.
-



8. Определите формулу цвета, формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.



ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.

Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.

Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов

Показатель оценивания: применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Основой как телевизионного ролика, так и кинорекламы является:**
 - А. Сценарий.
 - Б. Заголовок.
 - В. Звуковые эффекты.
 - Г. Подбор цветовой гаммы.

- 2. Директ мейл – это:**
 - А. Прямая почтовая рассылка, которая позволяет быстро и недорого обратить внимание потенциального клиента на компанию (её продукт или услугу).
 - Б. Каталоги и буклеты.
 - В. Сувенирная продукция.
 - Г. Книги и журналы, а также аудио и видео материалы.

- 3. Основные формы печатной рекламной полиграфии:**
 - А. Плакат;
 - Б. Афиша;
 - В. Листовка;
 - Г. Видеоролик.

- 4. Способ печати - это:**
 - А. Полиграфический процесс тиражирования издания.
 - Б. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
 - В. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
 - Г. Одна из разновидностей высокой печати, где используются резиновые или фотополимерные печатные формы, с которых низковязкая краска оттискивается непосредственно на запечатываемую поверхность.

- 5. Определите формулу цвета, формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.**



- 6. Оцените соответствие образцов рекламы, предоставленных преподавателем, моде-**

лям AIDA и AIDMA.



7. Проанализируйте образцы рекламы (теле/радио/**наружной**/в прессе/директ-мейл) с целью определения соответствия особенностям разработки рекламы для данного медианосителя.



8. Сделайте подборку образцов реклам, в которых используются приемы повышения коммуникационной эффективности, и определите, где их использование действительно способствует увеличению эффективности рекламы, а где наоборот.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Способ печати - это:

- А. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- Б. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- В. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
- Г. Одна из разновидностей высокой печати, где используются резиновые или фотополимерные печатные формы, с которых низковязкая краска оттискивается непосредственно на запечатываемую поверхность.

2. Запечатываемый материал - это:

- А. Базисный материал для печатания, как правило - это бумага, картон или пластмасса.
- Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Г. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

3. Послепечатная технология - это:

- А. Сочетание брошюровочно-переплетных и отделочных технологий.
- Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Д. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

4. К проблемам оценки эффективности затрат на рекламу относятся:

- А. Оценка коммуникативной эффективности рекламной кампании, то есть как числитель дроби рассматривается количество рекламных контактов, достигнутых в итоге каких-либо мероприятий;
- Б. Анализ коммерческой или финансовой эффективности — как отношение прироста объёма продаж (прибыли, товарооборота) к расходам, которые были для этого сделаны на рекламу;
- В. Анализ политической составляющей рекламы;
- Г. Анализ качества материала, содержащегося в рекламе, то есть оценка того, насколько эффективно содержание и форма рекламного обращения позволяют данному обращению выполнять функцию, которая изначально была на него возложена.

- 5. Сделайте подборку образцов реклам, в которых используются приемы повышения экономической эффективности, и определите, где их использование действительно способствует увеличению эффективности рекламы, а где наоборот.
- 6. Определите формулу цвета, формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.



7. Сделайте подборку рекламных обращений различных форматов одного рекламодателя и проанализируйте как используются элементы фирменного стиля на различных носителях.
8. Сделайте подборку рекламных обращений различных форматов одного рекламодателя и проанализируйте как используются элементы фирменного стиля на различных носителях.

Вопросы к зачету

1. Понятие рекламного и PR-продукта. Современные подходы.
2. Процесс разработки и производства рекламного продукта. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.
3. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации.
4. Форма и структура рекламного обращения.
5. Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др. Основы психологии поведения потребителей.
6. Методики поиска идей для креативной концепции рекламы.
7. Организация креативного процесса. Креативный отдел рекламного агентства. Креативный бриф.
8. Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста.
9. Принципы разработки слогана, зачина, ОРТ и эхо-фразы.
10. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.
11. Цвет в рекламе: функции, методика подбора. Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя.
12. Рекламная иллюстрация и видеоряд: функции, требования, приемы разработки. Образы-продавцы и образы-вампиры.
13. Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы.
14. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.
15. Телереклама: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.

16. Радиореклама: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
17. Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
18. Наружная и транзитная реклама: условия восприятия и воздействия, задачи разработчика, приемы разработки.
19. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложений.
20. Полиграфия: основные понятия. Печатание, печатная форма, полутоновые и штриховые изображения.
21. Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции.
22. Основные стадии производства полиграфической продукции.
23. Документальное сопровождение полиграфического заказа. Техническое задание.
24. Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе: плоская офсетная печать и трафаретная печать.
25. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать.
26. Технологии декорирования сувениров: тампопечать, деколирование,
27. Термотрансфер, лазерная гравировка, шелкография.
28. Технологии печати упаковки и этикетки и наружной рекламы.
29. Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.
30. Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Психология массовых коммуникаций»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
Показатель оценивания: понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
УК-3.2: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других;
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Показатель оценивания: действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
УК-3.3: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
Показатель оценивания: распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
ПК-4. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-4.1: Понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Знает: основы теории коммуникации, основные подходы и концепции современной коммуникативистики
Умеет: применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности.
Владеет: методами исследований в области коммуникативистики.
Показатель оценивания: понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
ПК-4.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Знать: структурные элементы российской системы средств массовой информации, экономических и правовых основ их деятельности;
Уметь: ориентироваться в структуре и функциях редакций средств массовой информации, особенностях работы в разных типах СМИ;
Владеть: навыками разработки коммуникативной стратегии организации.
Показатель оценивания: осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
ПК-4.3: Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Знать: основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Владеть: навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры
Показатель оценивания: использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Шкала оценивания – зачтено, не зачтено

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
Показатель оценивания: понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Перечислите в правильной последовательности три основных подхода к пониманию предмета социальной психологии:

а) массовые явления общества; особенности поведения личностей; синтез знаний

психологии массовых явлений;

б) массовые явления общества; синтез знаний психологии массовых явлений; особенности поведения личностей;

в) синтез знаний психологии массовых явлений; особенности поведения личностей; массовые явления общества;

г) нет верного ответа.

2. Психологические особенности коммуникации (передачи информации), перцепции (восприятия информации) и интеракции (взаимодействия на основе информации), возникающие между средствами массовой коммуникации и массовой аудиторией, являются:

а) объектом психологии массовых коммуникаций;

б) предметом психологии массовых коммуникаций;

в) задачей психологии массовых коммуникаций;

г) функцией психологии массовых коммуникаций.

3. Перечислите задачи психологии массовых коммуникаций:

а) изучение качественных (структурных) особенностей психических процессов в их обусловленности процессами массовой коммуникации;

б) разбор психических познавательных процессов (ощущение, восприятие, внимание, память, воображение, мышление, речь),

в) анализ изменения психических явлений в связи с обусловленностью психики объективными факторами развития технических средств коммуникации;

г) изучение влияния особенностей психической деятельности на оптимальное формирование личности и эффективное взаимодействие людей.

4. Количество уровней системно-теоретического анализа:

а) 5;

б) 3;

в) 4;

г) 2.

5. Ситуационная задача

Комсомольская правда в рубрике «Люди, которые нас удивили» поместила заметку: «Мэр Москвы нашел способ борьбы с пробками. Открывая очередную транспортную развязку, он сказал, что вынесет на обсуждение правительства города идею распорядка дня столичных чиновников. Теперь они будут работать с 7 утра, что сильно разгрузит улицы в утренние часы».

Задание: Проанализируйте, какое влияние могут оказать эти высказывания мэра Москвы на мотивацию и ожидания реципиентов – москвичей, жителей других городов, чиновников.

6. Ситуационная задача

В настоящее время широко распространено мнение о том, что серьезными национальными проектами, развивающими национальную идею и воспитывающими национальную гордость, являются такие телевизионные проекты, как «Звезды на льду», «Танцы со звездами», «Две звезды».

Задание: Проанализируйте с точки зрения психологии массовой коммуникации, на каких стереотипах массового сознания базируется такое мнение. Являются ли они, действительно, национальными проектами?

7. Ситуационная задача

В газете «Континент Сибирь» в статье «Каждый второй – «ипотечник»» опубликована информация о том, что на вторичном рынке жилья каждый второй-третий покупатель привлекает деньги по ипотечным схемам. Развитие ипотеки «подгоняет» рост цен на недвижимость. В свою очередь повышение цен приводит к тому, что все меньшее число покупателей могут купить квартиру без кредита

Задание: Проанализируйте, на какую аудиторию рассчитана данная статья. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Какие чувства она может вызвать у «своей» и «чужой» аудитории?

8. Ситуационная задача

В еженедельнике «Аргументы и факты» журналисткой была предложена статья о том, как представители лучших мировых модельных агентств из США, Франции, Японии и Тайваня (скауты) проводили кастинг новосибирских девушек. В нем участвовали 120 девушек разного возраста, но многим не исполнилось и 14 лет.

Задание: Проанализируйте, какие психологические функции выполняет этот кастинг для тех, кому нет и 14 лет. Опишите, какие в целом эффекты несет в себе сама процедура участия в показах моды.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Психологические особенности коммуникации (передачи информации), перцепции (восприятия информации) и интеракции (взаимодействия на основе информации), возникающие между средствами массовой коммуникации и массовой аудиторией, являются:

- а) объектом психологии массовых коммуникаций;
- б) предметом психологии массовых коммуникаций;
- в) задачей психологии массовых коммуникаций;
- г) функцией психологии массовых коммуникаций.

2. Перечислите в правильной последовательности три основных подхода к пониманию предмета социальной психологии:

- а) массовые явления общества; особенности поведения личностей; синтез знаний психологии массовых явлений;
- б) массовые явления общества; синтез знаний психологии массовых явлений; особенности поведения личностей;
- в) синтез знаний психологии массовых явлений; особенности поведения личностей; массовые явления общества;
- г) нет верного ответа.

3. Количество уровней системно-теоретического анализа:

- а) 5;
- б) 3;
- в) 4;
- г) 2.

4. Перечислите задачи психологии массовых коммуникаций:

- а) изучение качественных (структурных) особенностей психических процессов в их обусловленности процессами массовой коммуникации;
- б) разбор психических познавательных процессов (ощущение, восприятие, внимание, память, воображение, мышление, речь),
- в) анализ изменения психических явлений в связи с обусловленностью психики объективными факторами развития технических средств коммуникации;
- г) изучение влияния особенностей психической деятельности на оптимальное формирование личности и эффективное взаимодействие людей.

5. Ситуационная задача

В еженедельной телевизионной передаче «Пока все дома» в рубрике «ОчУмелые ручки» или в передаче «Квартирный вопрос» зрителям предлагаются различные технические совершенствования.

Задание: Оцените, является ли такой прием одним из методов активизации зрителей.

Опишите, на соотношении каких психологических приемов построена эта передача.

6. Ситуационная задача

На телевизионном канале «Культура» был представлен фильм «Жизнь и смерть Достоевского». Основа фильма – дневниковые записи писателя, его жены, архивные записи современников. Сюжет каждой серии включал также рассуждения и анализ автора фильма, а также отрывки из художественных произведений Достоевского. При этом автор говорил быстро, а актер, читающий отрывки из произведений – медленно.

Задание: Проанализируйте, каким образом в данном фильме осуществлялось соотношение эмоционального и логического при обращении к аудитории.

Каким образом контраст в произношении текста мог повлиять на зрителей?

7. Ситуационная задача

На телевизионных каналах нередко присутствует реклама, с одной стороны, сладких пищевых продуктов – шоколада, мороженого, йогуртов и т.д., с другой – реклама «моделей», демонстрирующих вместе с одеждой свою стройную фигуру.

Задание: Оцените, какие мотивы покупательского спроса актуализируют разные виды рекламы. На какой сегмент аудитории рассчитана каждая из них и почему? Какие противоречия могут возникнуть?

8. Ситуационная задача

Доктор Елена Малышева, ведущая телевизионной передачи «Здоровье», в одной из своих программ рассказала о методике избавления от очков. При этом известно, что сама Малышева носит очки постоянно.

Задание: Какую реакцию может вызвать данная передача у зрителей? Проанализируйте возможные «образы» - архетипы ведущей. Может ли архетип быть противоречивым?

УК-3.2: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других;
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Показатель оценивания: действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Термин стереотип впервые ввел:

- а) Х. Молотча;
- б) Д. Беллом;
- в) А. Швейцер;
- г) У. Липпман.

2. Общественное мнение — это:

- а) мнение — суждение, точка зрения или заявление на тему, в которой невозможно достичь полной объективности, основанное на интерпретации фактов и эмоционального отношения к ним;
- б) состояние общественного сознания, заключающее явное или скрытое отношение социальной общности к явлениям, событиям и фактам общественной жизни, отражающее определенную коллективную позицию по проблемам, представляющим определенный интерес;
- в) Мнение – это то, что помогает нам принять решение, когда у нас нет информа-

ции;

г) нет верного ответа.

3. Основными функциями общественного мнения являются:

а) функция социального контроля;

б) **экспрессивная;**

в) **консультативная;**

г) **директивная.**

4. Какое из суждений о массовой информации является наиболее правильным:

а) массовая информация — это политическая информация, которая раздражает “простое население”, поскольку в средствах массовой информации сплошная ложь;

б) потоки информации, циркулирующие в обществе и обслуживающие различные социальные организации представляют собой массовую информацию;

в) массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется послушная масса людей;

г) массовая информация универсальна по своему содержанию, ее адресат представляет собой систему «с открытыми границами». Или иначе массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется большая по величине масса людей как на этапе ее производства, так и на этапах распространения и потребления.

5. Ситуационная задача

Режиссер П.Лунгин свою новую картину «Остров» представляет как фильм о Боге, стыде, грехе, преступлении, о том, как больно быть человеком, но необходимо им быть. Человек, на его взгляд, не создан для того, чтобы жить только ради успеха и денег и проводить все отпущенные ему годы между работой и телевизором.

Задание: Попробуйте предположить, насколько актуальной и востребованной будет картина «Остров» и почему. Какие архетипы коллективного сознания и стереотипы массового сознания составляют стержень картины?

6. Ситуационная задача

Практически все средства массовой информации предоставляли материалы о случаях массовых отравлений россиян спиртосодержащими веществами, произошедших зимой 2017 года. Нередко СМИ комментировали случившееся, выдвигали предположения о причинах и предлагали свое видение решения проблемы.

Задание: Проанализируйте, какие функции выполняли при этом СМИ. На ваш взгляд, все ли из предложенных Вами функций правомерно выполнять СМИ?

7. Ситуационная задача

В настоящее время очень активно пропагандируется активный отдых:

Летом — туристические поездки, сплавы по горным рекам, конные переходы,

Зимой — горные и беговые лыжи, сноуборды.

В связи с этим широко распространена реклама спортивного оборудования, которое весьма недешево стоит.

Задание: Оцените, какие мотивы поведения может вызвать пропаганда активного отдыха?

А какие — реклама спортивных товаров?

8. Ситуационная задача

На телевидении есть узкоспециализированные каналы — культурный, спортивный. Каждый из этих каналов строго выдерживает направленность, оставаясь при этом содержательным, интересным, популярным.

Задание: Проанализируйте, эти каналы рассчитаны на специализированную или широкую аудиторию? Если это специализированная аудитория, то по каким критериям она отличается от других типов аудитории? При ответе используйте психографический принцип сегментирования.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Термин стереотип впервые ввел:

- а) Х. Молотча;
- б) Д. Беллом;
- в) А. Швейцер;
- г) У. Липпман.

2. Общественное мнение — это:

- а) мнение — суждение, точка зрения или заявление на тему, в которой невозможно достичь полной объективности, основанное на интерпретации фактов и эмоционального отношения к ним;
- б) состояние общественного сознания, заключающее явное или скрытое отношение социальной общности к явлениям, событиям и фактам общественной жизни, отражающее определенную коллективную позицию по проблемам, представляющим определенный интерес;
- в) Мнение — это то, что помогает нам принять решение, когда у нас нет информации;
- г) нет верного ответа.

3. Основными функциями общественного мнения являются:

- а) функция социального контроля;
- б) экспрессивная;
- в) консультативная;
- г) директивная.

4. Какое из суждений о массовой информации является наиболее правильным:

- а) массовая информация — это политическая информация, которая раздражает “простое население”, поскольку в средствах массовой информации сплошная ложь;
- б) потоки информации, циркулирующие в обществе и обслуживающие различные социальные организации представляют собой массовую информацию;
- в) массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется послушная масса людей;
- г) массовая информация универсальна по своему содержанию, ее адресат представляет собой систему «с открытыми границами». Или иначе массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется большая по величине масса людей как на этапе ее производства, так и на этапах распространения и потребления.

5. Ситуационная задача

Вам неоднократно приходилось обращать внимание на щиты, рекламирующие различные сигареты. На всех таких красочно оформленных щитах крупными буквами на белом фоне выделяется надпись «Курение опасно для здоровья». Казалось бы, увидев такую надпись, курящий человек должен бросить курить, а тот, кто еще не знаком с табаком, никогда не станет курить. Но, увы, рекламодатели, вывешивающие подобные щиты, уверены, что этим самым они увеличивают продажу табачных изделий.

Вопросы и задания

А) Как вы думаете, на чем основывается уверенность рекламодателей?

Б) Укажите товары, которые производит ваше предприятие (предположите). Опишите потребности, которые товары вашего предприятия способны удовлетворить.

6. Ситуационная задача

При въезде по железной дороге в г. Воронеж со стороны п. Масловка на кирпичных заборах, ограждающих железнодорожные пути, представителями молодежного сообщества изображены фашистские свастики и националистические лозунги.

Вопросы и задания:

1. Что в данном случае является средством массовой коммуникации? Почему?
2. Раскройте психологическую подоплеку такой «коммуникации».
3. Составьте «портрет личности» коммуникатора – человека, который рисовал и изображал на заборе.

7. Ситуационная задача

К участию в ежегодно проводимом Каннском фестивале рекламы допускаются лишь удовлетворяющие соответствующим требованиям рекламные ролики. К таким требованиям относятся, прежде всего, наличие оригинальной идеи в содержании ролика и относительно невысокая стоимость его создания. Гран-при фестиваля, как правило, получает концептуальный ролик, который, по мнению креаторов (создателей), должен определять собой направление всей рекламной работы в будущем году. На одном из фестивалей в Канне победил довольно простой ролик. Его содержание в общих чертах следующее. Белый фон, фотокамера. Палец нажимает кнопку на фотокамере - щелчок, вспышка. Опять нажимает - щелчок, вспышка. Еще раз нажимает - нет вспышки. Рука достает из камеры батарейки, выбрасывает камеру, берет другую и вставляет в нее все те же батарейки. Палец нажимает кнопку – щелчок, вспышка.

Вопросы и задания:

- А) Сколько стоит создание такого ролика? Практически ничего. Но в нем заложена и воплощена гениальная идея. Какая именно?
- Б) Сформулируйте шесть-семь идей для видеоролика или слоганов для PR- рекламы товаров, которые представляет на рынок ваше предприятие.

8. Ситуационная задача

Проанализируйте работу государственного телеканала «Первый канал» (1). Сделайте аргументированный вывод: чем интересен канал, на какую аудиторию рассчитаны его программы, какие социально-культурные сферы затрагивают его программы, какие на ваш взгляд задачи решает данное СМК в социуме, почему он бывает неинтересен и не привлекателен.

УК-3.3: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
Показатель оценивания: распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Функции сплетен:**
 - а) информационно-познавательная;
 - б) развлекательно-игровая;
 - в) проекционно-компенсаторная;
 - г) социального контроля над элитой.
2. **Основные виды психологического влияния рекламы на человека:**
 - а) информирование;
 - б) убеждение;
 - в) внушение;
 - г) побуждение.
3. **Количество уровней результативности рекламы:**

- а) 5;
- б) 3;
- в) 4;
- г) 2.

4. Сетевое сообщество – это...

- а) группа людей, поддерживающих виртуальное общение;
- б) группа людей, ведущих совместную деятельность при помощи компьютерных сетевых сообществ;
- в) группа людей, основанная на добровольном членстве;
- г) референтная группа.

5. Ситуационная задача

В журнале «Вокруг света» в одной из статей: «При помощи генной инженерии ученые могут извлекать гены из одного организма и внедрять их в другой, изменяя программу «получателя» в нужном направлении. В результате на свет появляются сорта томатов с морозоустойчивым геном северной рыбы или – картофеля, содержащего ген иммунитета к гепатиту».

Вопрос и задание: Проанализируйте, каким образом подобная информация может повлиять на возникновении слухов. Слухи какого типа могут в результате появиться?

6. Ситуационная задача

Вы, по всей видимости, хотя бы раз посещали рестораны фирмы «Мак Дональдс», которая одной из первых стала использовать ПР-концепцию. Наверное, вы обратили внимание, что каждый из таких ресторанов предлагает довольно ограниченный один и тот же торговый ассортимент.

Задание:

А) Чем обусловлен такой подход компании? Нет ли здесь определенных противоречий между ограниченностью предлагаемого ассортимента и необходимостью обеспечения более полного удовлетворения конкретных нужд и потребностей посетителей таких ресторанов?

Б) Оцените, какую PR-концепцию реализует ваше предприятие. Опишите факторы микро- и макросреды, которые влияют и определяют деятельность вашего предприятия.

7. Ситуационная задача

Проводимые сотрудниками парфюмерных секций магазинов и бутиков наблюдения за покупателями мужского парфюма установили, что наиболее часто его покупают женщины. Мужчины очень редко сами выбирают для себя парфюм.

Задание:

А) Как можно объяснить этот факт и как его можно использовать при реализации маркетинга производителями и продавцами парфюма?

Б) Опишите приоритетные цели вашего предприятия на данный момент. Очевидно, для выработки конкретной программы действий, направленной на достижения этих целей, необходима определенная информация. Какие маркетинговые исследования следует провести?

8. Ситуационная задача

Предположим, что вы стали PR-менеджером пивоваренной компании «Балтика» и вам поручено провести анализ микро- и макросреды.

Вопросы и задания:

А) Какие основные факторы вы будете рассматривать? Определите степень значимости каждого из факторов и проведите их ранжирование.

Б) Подробно опишите факторы микро- и макросреды, которые влияют и определяют деятельность вашего предприятия.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Основные виды психологического влияния рекламы на человека:**
 - а) информирование;
 - б) убеждение;
 - в) внушение;
 - г) побуждение.
- 2. Функции сплетен:**
 - а) информационно-познавательная;
 - б) развлекательно-игровая;
 - в) проекционно-компенсаторная;
 - г) социального контроля над элитой.
- 3. Сетевое сообщество – это...**
 - а) группа людей, поддерживающих виртуальное общение;
 - б) группа людей, ведущих совместную деятельность при помощи компьютерных сетевых сообществ;
 - в) группа людей, основанная на добровольном членстве;
 - г) референтная группа.
- 4. Количество уровней результативности рекламы:**
 - а) 5;
 - б) 3;
 - в) 4;
 - г) 2.

5. Ситуационная задача

Вы, по всей видимости, хотя бы раз посещали рестораны фирмы «Мак Дональдс», которая одной из первых стала использовать ПР-концепцию. Наверное, вы обратили внимание, что каждый из таких ресторанов предлагает довольно ограниченный один и тот же торговый ассортимент.

Задание:

А) Чем обусловлен такой подход компании? Нет ли здесь определенных противоречий между ограниченностью предлагаемого ассортимента и необходимостью обеспечения более полного удовлетворения конкретных нужд и потребностей посетителей таких ресторанов?

Б) Оцените, какую ПР-концепцию реализует ваше предприятие. Опишите факторы микро- и макросреды, которые влияют и определяют деятельность вашего предприятия.

6. Ситуационная задача

В журнале «Вокруг света» в одной из статей: «При помощи генной инженерии ученые могут извлекать гены из одного организма и внедрять их в другой, изменяя программу «получателя» в нужном направлении. В результате на свет появляются сорта томатов с морозоустойчивым геном северной рыбы или – картофеля, содержащего ген иммунитета к гепатиту».

Вопрос и задание: Проанализируйте, каким образом подобная информация может повлиять на возникновении слухов. Слухи какого типа могут в результате появиться?

7. Ситуационная задача

Предположим, что вы стали ПР-менеджером пивоваренной компании «Балтика» и вам поручено провести анализ микро- и макросреды.

Вопросы и задания:

А) Какие основные факторы вы будете рассматривать? Определите степень значимости каждого из факторов и проведите их ранжирование.

Б) Подробно опишите факторы микро- и макросреды, которые влияют и определяют деятельность вашего предприятия.

8. Ситуационная задача

Проводимые сотрудниками парфюмерных секций магазинов и бутиков наблюдения за покупателями мужского парфюма установили, что наиболее часто его покупают женщины. Мужчины очень редко сами выбирают для себя парфюм.

Задание:

А) Как можно объяснить этот факт и как его можно использовать при реализации маркетинга производителями и продавцами парфюма?

Б) Опишите приоритетные цели вашего предприятия на данный момент. Очевидно, для выработки конкретной программы действий, направленной на достижения этих целей, необходима определенная информация. Какие маркетинговые исследования следует провести?

ПК-4.1: Понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Знает: основы теории коммуникации, основные подходы и концепции современной коммуникативистики
Умеет: применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности.
Владеет: методами исследований в области коммуникативистики.
Показатель оценивания: понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Способы привлечения внимания в толпе:

- а) демонстрация силы и власти;
- б) экспрессивность выступления;
- в) «заводной» характер выступления;
- г) нет верного ответа.

2. Слово «паника» происходит от:

- а) имени бога царства мертвых;
- б) имени бога войны;
- в) имени бога стихий;
- г) имени бога пастухов.

3. Количество этапов развития паники:

- а) 5;
- б) 3;
- в) 4;
- г) 2.

4. Количество часов в сутках, рекомендованное для просмотра телевизионных передач:

- а) 5;
- б) 3;
- в) 4;
- г) 2.

5. Ситуационная задача

На телевидении есть узкоспециализированные каналы – культурный, спортивный. Каждый из этих каналов строго выдерживает направленность, оставаясь при этом содержательным, интересным, популярным.

Задание: Проанализируйте, эти каналы рассчитаны на специализированную или широкую аудиторию? Если это специализированная аудитория, то по каким критериям она отличается от других типов аудитории? При ответе используйте психографический принцип

сегментирования.

6. Ситуационная задача

Вам неоднократно приходилось обращать внимание на щиты, рекламирующие различные сигареты. На всех таких красочно оформленных щитах крупными буквами на белом фоне выделяется надпись «Курение опасно для здоровья». Казалось бы, увидев такую надпись, курящий человек должен бросить курить, а тот, кто еще не знаком с табаком, никогда не станет курить. Но, увы, рекламодатели, вывешивающие подобные щиты, уверены, что этим самым они увеличивают продажу табачных изделий.

Вопросы и задания

- А) Как вы думаете, на чем основывается уверенность рекламодателей?
- Б) Укажите товары, которые производит ваше предприятие (предположите). Опишите потребности, которые товары вашего предприятия способны удовлетворить.

7. Ситуационная задача

При въезде по железной дороге в г. Воронеж со стороны п. Масловка на кирпичных заборах, ограждающих железнодорожные пути, представителями молодежного сообщества изображены фашистские свастики и националистические лозунги.

Вопросы и задания:

- 1. Что в данном случае является средством массовой коммуникации? Почему?
- 2. Раскройте психологическую подоплеку такой «коммуникации».
- 3. Составьте «портрет личности» коммуникатора – человека, который рисовал и изображал на заборе.

8. Ситуационная задача

К участию в ежегодно проводимом Каннском фестивале рекламы допускаются лишь удовлетворяющие соответствующим требованиям рекламные ролики. К таким требованиям относятся, прежде всего, наличие оригинальной идеи в содержании ролика и относительно невысокая стоимость его создания. Гран-при фестиваля, как правило, получает концептуальный ролик, который, по мнению креаторов (создателей), должен определять собой направление всей рекламной работы в будущем году. На одном из фестивалей в Канне победил довольно простой ролик. Его содержание в общих чертах следующее. Белый фон, фотокамера. Палец нажимает кнопку на фотокамере - щелчок, вспышка. Опять нажимает - щелчок, вспышка. Еще раз нажимает - нет вспышки. Рука достает из камеры батарейки, выбрасывает камеру, берет другую и вставляет в нее все те же батарейки. Палец нажимает кнопку – щелчок, вспышка.

Вопросы и задания:

- А) Сколько стоит создание такого ролика? Практически ничего. Но в нем заложена и воплощена гениальная идея. Какая именно?
- Б) Сформулируйте шесть-семь идей для видеоролика или слоганов для PR- рекламы товаров, которые представляет на рынок ваше предприятие.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Социальная реклама направлена на:

- а) достижение благотворительных целей;
- б) общественно полезных целей;
- в) обеспечение интересов отдельных социальных групп;
- г) обеспечение интересов государства.

2. Какие передачи не допускается прерывать рекламой:

- а) спортивные;
- б) религиозные;
- в) музыкальные;

г) развлекательные.

3. Аргументация это:

- а) попытка выяснить причины собственного непонимания или непринятия установок другой стороной;
- б) приведение примеров из личной жизни для собственного понимания и для убеждения реципиента (стороне, которая принимает информацию);
- в) процесс суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения (концепции, теории), процедура, служащая обоснованию точки зрения аргументатора;
- г) перечисление аргументов и фактов, которые в науке выступают как основные факторы разработки научных положений.

4. Барьеры коммуникации - это:

- а) помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей;
- б) препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации;
- в) это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте;
- г) это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.

5. Ситуационная задача

Вам неоднократно приходилось обращать внимание на щиты, рекламирующие различные сигареты. На всех таких красочно оформленных щитах крупными буквами на белом фоне выделяется надпись «Курение опасно для здоровья». Казалось бы, увидев такую надпись, курящий человек должен бросить курить, а тот, кто еще не знаком с табаком, никогда не станет курить. Но, увы, рекламодатели, вывешивающие подобные щиты, уверены, что этим самым они увеличивают продажу табачных изделий.

Вопросы и задания

А) Как вы думаете, на чем основывается уверенность рекламодателей?

Б) Укажите товары, которые производит ваше предприятие (предположите). Опишите потребности, которые товары вашего предприятия способны удовлетворить.

6. Ситуационная задача

На телевидении есть узкоспециализированные каналы – культурный, спортивный. Каждый из этих каналов строго выдерживает направленность, оставаясь при этом содержательным, интересным, популярным.

Задание: Проанализируйте, эти каналы рассчитаны на специализированную или широкую аудиторию? Если это специализированная аудитория, то по каким критериям она отличается от других типов аудитории? При ответе используйте психографический принцип сегментирования.

7. Ситуационная задача

К участию в ежегодно проводимом Каннском фестивале рекламы допускаются лишь удовлетворяющие соответствующим требованиям рекламные ролики. К таким требованиям относятся, прежде всего, наличие оригинальной идеи в содержании ролика и относительно невысокая стоимость его создания. Гран-при фестиваля, как правило, получает концептуальный ролик, который, по мнению креаторов (создателей), должен определять собой направление всей рекламной работы в будущем году. На одном из фестивалей в Канне победил довольно простой ролик. Его содержание в общих чертах следующее. Белый фон, фотокамера. Палец нажимает кнопку на фотокамере - щелчок, вспышка. Опять нажимает - щелчок, вспышка. Еще раз нажимает - нет вспышки. Рука достает из камеры батарейки, выбрасывает камеру, берет другую и вставляет в нее все те же батарейки. Палец нажимает

кнопку – щелчок, вспышка.

Вопросы и задания:

- А) Сколько стоит создание такого ролика? Практически ничего. Но в нем заложена и воплощена гениальная идея. Какая именно?
- Б) Сформулируйте шесть-семь идей для видеоролика или слоганов для PR- рекламы товаров, которые представляет на рынок ваше предприятие.

8. Ситуационная задача

При въезде по железной дороге в г. Воронеж со стороны п. Масловка на кирпичных заборах, ограждающих железнодорожные пути, представителями молодежного сообщества изображены фашистские свастики и националистические лозунги.

Вопросы и задания:

1. Что в данном случае является средством массовой коммуникации? Почему?
2. Раскройте психологическую подоплеку такой «коммуникации».
3. Составьте «портрет личности» коммуникатора – человека, который рисовал и изображал на заборе.

ПК-4.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Знать: структурные элементы российской системы средств массовой информации, экономических и правовых основ их деятельности;
Уметь: ориентироваться в структуре и функциях редакций средств массовой информации, особенностях работы в разных типах СМИ;
Владеть: навыками разработки коммуникативной стратегии организации.
Показатель оценивания: осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какие передачи не допускается прерывать рекламой:

- а) спортивные;
- б) религиозные;
- в) музыкальные;
- г) развлекательные.

2. Аргументация это:

- а) попытка выяснить причины собственного непонимания или непринятия установок другой стороной;
- б) приведение примеров из личной жизни для собственного понимания и для убеждения реципиента (стороне, которая принимает информацию);
- в) процесс суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения (концепции, теории), процедура, служащая обоснованию точки зрения аргументатора;
- г) перечисление аргументов и фактов, которые в науке выступают как основные факторы разработки научных положений.

3. Барьеры коммуникации - это:

- а) помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей;
- б) препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации;
- в) это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социо-

культурном контексте;

г) это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.

4. Что является главным в психологии массовой коммуникации:

- а) разложение материалов по темам;
- б) разложение материалов по значимости.

5. Творческое задание

Напишите свою автобиографию в форме занимательного рассказа. Придумайте свой собственный миф (он должен базироваться на некоторых реальных фактах Вашей биографии, в нем допускается вольный полет фантазии, опирающийся на конкретных данных, реально произошедших событиях. Придумайте свой слоган, логотип. Напишите сценарий самопрезентационной рекламной статьи о себе.

6. Творческое задание

Выберите из телевизионной рекламы удачную и неудачную рекламу. Определите причины успеха/ неуспеха работы режиссера рекламного ролика.

7. Творческое задание

Охарактеризуйте наиболее известные товарные знаки в [нашем городе](#). Проанализируйте товарные знаки с точки зрения продвижения позитивного имиджа фирмы производителя. Проанализируйте, что привлекает внимание потребителя; что бы Вы исправили?

8. Творческое задание

Проведите сравнительный анализ 2-3 мероприятий (пресс-конференций) специально организованных для журналистов.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какие передачи не допускается прерывать рекламой:

- а) спортивные;
- б) религиозные;
- в) музыкальные;
- г) развлекательные.

2. Аргументация это:

- а) попытка выяснить причины собственного непонимания или неприятия установок другой стороной;
- б) приведение примеров из личной жизни для собственного понимания и для убеждения реципиента (стороне, которая принимает информацию);
- в) процесс суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения (концепции, теории), процедура, служащая обоснованию точки зрения аргументатора;
- г) перечисление аргументов и фактов, которые в науке выступают как основные факторы разработки научных положений.

3. Барьеры коммуникации - это:

- а) помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей;
 - б) препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации;
 - в) это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте;
-

г) это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.

4. Что является главным в психологии массовой коммуникации:

- а) разложение материалов по темам;
- б) разложение материалов по значимости.

5. Творческое задание

Напишите свою автобиографию в форме занимательного рассказа. Придумайте свой собственный миф (он должен базироваться на некоторых реальных фактах Вашей биографии, в нем допускается вольный полет фантазии, опирающийся на конкретных данных, реально произошедших событиях. Придумайте свой слоган, логотип. Напишите сценарий самопрезентационной рекламной статьи о себе.

6. Творческое задание

Выберите из телевизионной рекламы удачную и неудачную рекламу. Определите причины успеха/ неуспеха работы режиссера рекламного ролика.

7. Творческое задание

Охарактеризуйте наиболее известные товарные знаки в [нашем городе](#). Проанализируйте товарные знаки с точки зрения продвижения позитивного имиджа фирмы производителя. Проанализируйте, что привлекает внимание потребителя; что бы Вы исправили?

8. Творческое задание

Проведите сравнительный анализ 2-3 мероприятий (пресс-конференций) специально организованных для журналистов.

ПК-4.3: Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Знать: основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Владеть: навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры
Показатель оценивания: использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Сетевое сообщество – это...**
 - а) группа людей, поддерживающих виртуальное общение;
 - б) группа людей, ведущих совместную деятельность при помощи компьютерных сетевых сообществ;
 - в) группа людей, основанная на добровольном членстве;
 - г) референтная группа.
- 2. Способы привлечения внимания в толпе:**
 - а) демонстрация силы и власти;
 - б) экспрессивность выступления;
 - в) «заводной» характер выступления;
 - г) нет верного ответа.
- 3. Слово «паника» происходит от:**
 - а) имени бога царства мертвых;

- б) имени бога войны;
- в) имени бога стихий;
- г) имени бога пастухов.

4. Количество этапов развития паники:

- а) 5;
- б) 3;
- в) 4;
- г) 2.

5. Ситуационная задача

Проанализируйте работу государственного телеканала «Первый канал» (1). Сделайте аргументированный вывод: чем интересен канал, на какую аудиторию рассчитаны его программы, какие социально-культурные сферы затрагивают его программы, какие на ваш взгляд задачи решает данное СМК в социуме, почему он бывает неинтересен и не привлекателен.

6. Ситуационная задача

В журнале «Вокруг света» в одной из статей: «При помощи генной инженерии ученые могут извлекать гены из одного организма и внедрять их в другой, изменяя программу «получателя» в нужном направлении. В результате на свет появляются сорта томатов с морозоустойчивым геном северной рыбы или – картофеля, содержащего ген иммунитета к гепатиту».

Вопрос и задание: Проанализируйте, каким образом подобная информация может повлиять на возникновении слухов. Слухи какого типа могут в результате появиться?

7. Ситуационная задача

Вы, по всей видимости, хотя бы раз посещали рестораны фирмы «Мак Дональдс», которая одной из первых стала использовать ПР-концепцию. Наверное, вы обратили внимание, что каждый из таких ресторанов предлагает довольно ограниченный один и тот же торговый ассортимент.

Задание:

- А) Чем обусловлен такой подход компании? Нет ли здесь определенных противоречий между ограниченностью предлагаемого ассортимента и необходимостью обеспечения более полного удовлетворения конкретных нужд и потребностей посетителей таких ресторанов?
- Б) Оцените, какую PR-концепцию реализует ваше предприятие. Опишите факторы микро- и макросреды, которые влияют и определяют деятельность вашего предприятия.

8. Ситуационная задача

Проводимые сотрудниками парфюмерных секций магазинов и бутиков наблюдения за покупателями мужского парфюма установили, что наиболее часто его покупают женщины. Мужчины очень редко сами выбирают для себя парфюм.

Задание:

- А) Как можно объяснить этот факт и как его можно использовать при реализации маркетинга производителями и продавцами парфюма?
- Б) Опишите приоритетные цели вашего предприятия на данный момент. Очевидно, для выработки конкретной программы действий, направленной на достижения этих целей, необходима определенная информация. Какие маркетинговые исследования следует провести?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных отве-

ТОВ:

1. Количество этапов развития паники:

- а) 5;
- б) 3;
- в) 4;
- г) 2.

2. Слово «паника» происходит от:

- а) имени бога царства мертвых;
- б) имени бога войны;
- в) имени бога стихий;
- г) имени бога пастухов.

3. Сетевое сообщество – это...

- а) группа людей, поддерживающих виртуальное общение;
- б) группа людей, ведущих совместную деятельность при помощи компьютерных сетевых сообществ;
- в) группа людей, основанная на добровольном членстве;
- г) референтная группа.

4. Способы привлечения внимания в толпе:

- а) демонстрация силы и власти;
- б) экспрессивность выступления;
- в) «заводной» характер выступления;
- г) нет верного ответа.

5. Ситуационная задача

В журнале «Вокруг света» в одной из статей: «При помощи генной инженерии ученые могут извлекать гены из одного организма и внедрять их в другой, изменяя программу «получателя» в нужном направлении. В результате на свет появляются сорта томатов с морозоустойчивым геном северной рыбы или – картофеля, содержащего ген иммунитета к гепатиту».

Вопрос и задание: Проанализируйте, каким образом подобная информация может повлиять на возникновении слухов. Слухи какого типа могут в результате появиться?

6. Ситуационная задача

Проанализируйте работу государственного телеканала «Первый канал» (1). Сделайте аргументированный вывод: чем интересен канал, на какую аудиторию рассчитаны его программы, какие социально-культурные сферы затрагивают его программы, какие на ваш взгляд задачи решает данное СМК в социуме, почему он бывает неинтересен и не привлекателен.

7. Ситуационная задача

Проводимые сотрудниками парфюмерных секций магазинов и бутиков наблюдения за покупателями мужского парфюма установили, что наиболее часто его покупают женщины. Мужчины очень редко сами выбирают для себя парфюм.

Задание:

- А) Как можно объяснить этот факт и как его можно использовать при реализации маркетинга производителями и продавцами парфюма?
- Б) Опишите приоритетные цели вашего предприятия на данный момент. Очевидно, для выработки конкретной программы действий, направленной на достижения этих целей, необходима определенная информация. Какие маркетинговые исследования следует провести?

8. Ситуационная задача

Вы, по всей видимости, хотя бы раз посещали рестораны фирмы «Мак Дональдс», которая одной из первых стала использовать ПР-концепцию. Наверное, вы обратили внимание,

что каждый из таких ресторанов предлагает довольно ограниченный один и тот же торговый ассортимент.

Задание:

А) Чем обусловлен такой подход компании? Нет ли здесь определенных противоречий между ограниченностью предлагаемого ассортимента и необходимостью обеспечения более полного удовлетворения конкретных нужд и потребностей посетителей таких ресторанов?

Б) Оцените, какую PR-концепцию реализует ваше предприятие. Опишите факторы микро- и макросреды, которые влияют и определяют деятельность вашего предприятия.

Вопросы к зачету

1. Особенности общения в условиях массовой коммуникации
2. Объект, предмет, цель и задачи психологии массовых коммуникаций
3. Стороны общения в условиях массовой коммуникации
4. Психологические процессы в массовой коммуникации
5. Критерии психологической эффективности массовой коммуникации
6. Теории изучения массовой коммуникации
7. Методы исследования массовой коммуникации
8. Методы психологического воздействия в условиях массовой коммуникации
9. Значение стереотипа и установки в восприятии информации массовых коммуникаций
10. Роль рекламных и PR-коммуникаций в формировании стереотипа и установки
11. Сущность общественного мнения
12. Формирование общественного мнения
13. Слухи и их классификация
14. Источники и условия возникновения слухов
15. Особенности циркуляции слухов
16. Противодействие слухам
17. Психология сплетни
18. Сущность рекламы
19. Генеральная функция рекламы
20. Психологическое значение рекламы
21. Возбуждение желаний
22. Внушение
23. Заражение
24. Подражание
25. Сущность толпы
26. Типология толпы
27. Сущность панического поведения
28. Факторы возникновения паники
29. Психологические механизмы развития паники
30. Предотвращение и ликвидация паники
31. Психологические эффекты телевидения
32. Влияние телевидения на психику человека
33. "Внедрение в подсознание"
34. Психологическая безопасность личности
35. Видеомания.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Экзамен проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Основы менеджмента»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-1.2	Демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности	Знать: методики анализа и систематизации разнородных данных Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данные Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
УК-2.1	Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения	Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения Уметь: принимать управленческие решения Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
УК-2.2	Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм	Знать: критерии отбора вариантов решений. Уметь: выбирать оптимальный вариант решения. Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основные направлений работ
УК-2.3	Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах	Знать: методику расчета показателей, необходимых для составления экономических разделов проекта, особенности их обоснования и представления результатов в соответствии с применяемыми в организации стандартами Уметь: выполнять необходимые для составления экономических проектов расчеты, обосновывать их, представлять результаты и принимать оптимальные решения в области ресурсного обеспечения бизнеса Владеть: практическими навыками расчета показателей, необходимых для осуществления проектов, навыками обоснования и представления полученных по итогам расчетов результатов
УК-6.2	Демонстрирует умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории	Знать: критерии самоконтроля и рефлексии Уметь: разрабатывать индивидуальную образовательную траекторию Владеть: навыками корректировки обучения по выбранной траектории
УК-9.2	Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности	Знать: базовые экономические понятия и категории в сфере профессиональной деятельности, порядок ее организации и ведения Уметь: систематизировать и обобщать информацию с целью оптимального выбора формы и вида профессиональной деятельности Владеть: практическими навыками экономического обоснования в решении профессиональных задач

Шкала оценивания – для зачета с оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетвори-

тельно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-1.2	Демонстрирует способность анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности	Знать: методики анализа и систематизации разнородных данных Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данные Владеть: навыками оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
--------	---	--

Вариант 1.

1. Деятельность, которая является основным видом труда менеджера:
 - а) управление;
 - б) систематизация;
 - в) контроль;
 - г) мотивация.

2. Система взглядов, вытекающих из основополагающих идей и научных результатов крупных ученых, определяющих стержень мышления основной массы исследователей – это:
 - а) менеджмент;
 - б) научная школа;
 - в) методология;
 - г) парадигма.

3. Основателем школы научного управления является:
 - а) Ф.Тейлор
 - б) А. Файолем
 - в) Л.Урвик
 - г) М. Фоллет

4. Совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей – это:
 - а) методы управления;
 - б) система управления;
 - в) технология управления;
 - г) теория управления.

5. Свойство процесса управления укладываться в обозначенные сроки – это:
 - а) гибкость процесса;
 - б) динамичность;
 - в) адаптивность;
 - г) оперативность.

6. Понятие «административный метод» относится к:

- а) управлению персоналом;
- б) производственному процессу;
- в) системе менеджмента;
- г) характеристике управления.

7. Умственный и физический процесс, приводящий к выполнению подчиненными официальных поручений менеджера и решению поставленных задач – это:

- а) руководство;
- б) мотивация;
- в) власть;
- г) лидерство.

8. Возможность оказывать определенное влияние на поведение людей с помощью права распоряжаться чем-либо, авторитета, подчинения своей воле – это

- а) давление;
- б) руководство;
- в) власть;
- г) лидерство.

9. Наемный работник, занимающий определенную руководящую должность в организации – это...

- а) менеджер;
- б) технолог;
- в) специалист;
- г) заведующий.

10. Комплекс факторов, не подвластных руководству организации и оказывающих непосредственное влияние на производственную и финансово-хозяйственную деятельность компании – это...

- а) внутренняя среда организации;
- б) внешняя среда организации;
- в) макроокружение;
- г) микроокружение.

11. Дополните фразу. Управление – это...

12. Дополните фразу. Менеджер – это...

13. Задача. Начальник отдела маркетинга полагает, что увеличение расходов на рекламу на 10 000 р. в месяц способно дать прирост ежемесячной выручки от реализации на 30 000 р. Следует ли одобрить повышение расходов на рекламу?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели (или целей) – это...

- а) организация;
- б) отдел;
- в) структура;
- г) акционерное общество.

2. К некоммерческим организациям относится:

- а) хозяйственные товарищества и общества;
- б) производственные кооперативы;
- в) государственные и муниципальные унитарные предприятия;
- г) потребительские кооперативы.

3. Форма разделения и кооперации управленческой деятельности, в рамках которой происходит процесс управления, направленный на достижение цели организации – это...

- а) организационная структура управления;
- б) иерархическая структура управления;
- в) типология управления;
- г) система управления.

4. Вид структуры предназначенный для организации работы менеджеров высшего звена управления – это ...

- а) штабной вид;
- б) органический вид;
- в) функциональный вид;
- г) линейный вид.

5. Метод, который предусматривает выработку системы целей организации и последующее совмещение с разрабатываемой структурой:

- а) метод аналогии
- б) экспертный метод
- в) метод структуризации целей
- г) метод организационного моделирования.

6. Дает информацию руководителю фирмы для более оптимального планирования и осуществления в дальнейшем аналогичных задач – это ...

- а) текущий контроль;
- б) предварительный контроль;
- в) заключительный контроль;
- г) стратегическое управление.

7. Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и (или) целей организации – это ...

- а) стимулирование;
- б) мотивация;
- в) аутсорсинг;
- г) планирование.

8. Непрерывный процесс установления и конкретизации целей развития организации и ее структурных подразделений, определения средств их достижения, сроков и последовательности реализации, распределения ресурсов – это ...

- а) планирование;
- б) стратегическое управление;
- в) производственное управление;
- г) система менеджмента.

9. Творческий акт субъекта управления, направленный на устранение проблем, которые возникли в объекте управления – это...

- а) управленческое решение;
- б) метод «мозгового штурма»;
- в) эффективность решения;
- г) альтернативное решение.

10. Решения, которое затрагивают все предприятие, его производственную и финансово-хозяйственную деятельность – это ...

- а) частные;
- б) общие;
- в) универсальные;
- г) программные.

11. Дополните фразу. Функции управления – это _____

12. Дополните фразу. Принципы управления – это _____

13. Задача.

Заместитель генерального директора по производству хотел бы использовать более дешевые материалы, позволяющие экономить на переменных издержках по 25 р. на каждую единицу продукции. Однако начальник отдела

сбыта опасается, что снижение числа плит приведет к снижению объема реализации до 350 шт. в месяц. Следует ли переходить на более дешевые материалы?

УК-2.1	Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения	Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения Уметь: принимать управленческие решения Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
--------	--	---

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- Экономическая эффективность от увеличения товарного роста определяется по формуле:
 - $\Delta z = P_1 \cdot Z = P_1 \cdot (Z_1 - Z_2)$;
 - $K_k = (P_v - P_n) : P_n \cdot 100$;
 - $\Delta y = P_2 \cdot O = P_2 \cdot (O_f - O_n)$;
 - $\Delta t = \Pi \cdot T = \Pi \cdot (T_f - T_n)$.
- Процесс обмена сообщениями, информацией между различными личностями, их социальными группами, общностями, организациями – это...
 - общение;
 - переговоры;
 - коммуникации;
 - канал связи.
- К управленческим коммуникациям относится:
 - межличностные;
 - публичные;
 - массовые;
 - межуровневые коммуникации.
- Организационные коммуникации включают в себя:
 - формальные;
 - неформальные;
 - деловые;
 - внешние.
- Набор конкретных правил, пожеланий и ограничений, реализующихся, как в процессе непосредственных взаимодействий между сотрудниками, так и во

взаимоотношениях между работниками и организацией в целом – это...

- а) управление персоналом;
- б) кадровая политика;
- в) система мотивации;
- г) методы управления персоналом.

6. Совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей – это...

- а) методы управления;
- б) аттестация персонала;
- в) мотивация сотрудников;
- г) власть.

7. Метод материального стимулирование коллективов и отдельных работников называется:

- а) социальный;
- б) материальный;
- в) административный;
- г) социальный.
- г) организационная

8. Процесс взаимодействия членов группы на основе взаимозависимости и взаимовлияния в целях удовлетворения как личных, так и групповых интересов и потребностей – это ...

- а) групповая динамика;
- б) организационная динамика;
- в) частная динамика;
- г) групповая работа.

9. Возможность влиять на поведение других сотрудников организации – это ...

- а) власть;
- б) подчинение;
- в) лидерство;
- г) руководство.

10. Власть предоставленная индивиду в рамках его официальной должности в организации – это...

- а) законная;
- б) экспертная;
- в) эталонная;
- г) организационная

13. Дополните фразу. Оперативность – это...

14. Дополните фразу. Руководство – это...
15. Задача. Начальник отдела маркетинга предлагает снизить цену реализации на 20 р. и одновременно довести расходы на рекламу до 15 000 р. в месяц. Отдел маркетинга прогнозирует в этом случае увеличение объема реализации на 50 %. Следует ли одобрить такое предложение?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Менеджмент – это:
 1. управление человеческим коллективом в процессе общественного производства
 2. целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации
 3. управление производственно-хозяйственными системами: предприятиями, фирмами, компаниями и т.д.
 4. деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений
 2. Менеджмент как наука – это:
 1. комплекс знаний о методах и способах управления производством
 2. экономическая наука о способах подготовки, принятия и реализации управленческих решений в сфере производства
 3. система методологических приемов и способов для изучения науки менеджмент
 4. отрасль знаний со специфическим предметом и методами изучения закономерностей
 3. Главное содержание менеджмента – это:
 1. обеспечение эффективной деятельности организации по достижению ее целей
 2. интегрированный процесс выработки решений по использованию ресурсов производственно-хозяйственной системы
 3. организация деятельности аппарата управления производственно-хозяйственной системы
 4. управление производством, кадрами и финансами для достижения поставленных целей
 4. Кто такой менеджер?
 1. профессия, которую может освоить человек, независимо от его психофизических характеристик
-

2. человек, прошедший специальную подготовку и добивающийся результата посредством труда других людей
 3. профессионал-организатор, обладающий определенной суммой знаний в сфере управления производством, технологии и экономики
 4. субъект управления, должностное лицо в организации, обладающий знаниями и навыками управления, наделенный полномочиями и ответственностью
5. Что является основными факторами развития менеджмента?
1. разделение и кооперация труда, технико-технологический уровень производства
 2. особенности и особый уровень производства, уровень развития науки и технологий
 3. доминирующий способ общественного производства
 4. уровень развития информационно-технического обеспечения производства и оснащенности управленческого труда
6. Что является объектом и субъектом менеджмента?
1. технические ресурсы
 2. люди
 3. финансовые ресурсы
 4. технологии
7. Главной задачей менеджера является:
1. максимизация прибыли
 2. организация труда персонала
 3. получение максимальной отдачи от имеющихся ресурсов
 4. налаживание системы внутрифирменных коммуникаций
8. Менеджмент и управление – это:
1. одно и то же
 2. разные, но связанные между собой процессы
 3. взаимосвязанные процессы, в которых менеджмент является особой областью управления
 4. взаимосвязанные процессы, в которых управление является особой областью менеджмента
9. Использование какой функции менеджмента обеспечивает распределение работников по рабочим местам?
1. планирование
 2. контроль
 3. организация
 4. мотивация
-

10. В какой стране сложились условия, способствовавшие появлению менеджмента?

1. Аргентине
2. Бразилии
3. Польше
4. США

11. Дополните фразу. Метод управления – это...

12. Дополните фразу. Ситуация – это...

13. Задача. Начальник отдела сбыта предлагает перевести своих сотрудников с окладов (суммарный месячный фонд заработной платы составляет 6000 р.) на комиссионное вознаграждение 15 р. с каждой проданной плиты. Он уверен, что объем продаж вырастет на 15 %. Следует ли одобрить такое предложение?

УК-2.2	Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ, исходя из действующих правовых норм	Знать: критерии отбора вариантов решений. Уметь: выбирать оптимальный вариант решения. Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основные направлений работ
--------	---	---

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Необходимость адаптации к внешней среде – основной принцип:
 - а. теории естественного отбора
 - б. теории зависимости от ресурсов
 - в. теории жизнеспособности структуры
 - г. теории конкуренции
2. Что поступает в организацию из внешней среды?
 - а. нормативы
 - б. отчетные данные
 - в. цели
 - г. ресурсы
3. Что поступает во внешнюю среду из организации?
 - а. внутриотраслевые нормативы
 - б. информация
 - в. ресурсы
 - г. отчетные данные
4. Метод управления – это:
 - а. совокупность приёмов и способов воздействия на управляемый опыт

для достижения поставленных организацией целей

б. существенные, повторяющиеся, объективные взаимосвязи явлений и процессов в хозяйственной деятельности

в. совокупность элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которая образует определённую целостность

г. область трудовой деятельности

5. Экономические методы воздействуют на личные интересы работников через:

а. правильно поставленную критику

б. заработную плату, премии, штрафы

в. ценообразование

г. дисциплину

6. Социально-психологические методы действуют на основе:

а. экономических законов и закономерностей развития природы и общества

б. на основе формирования и развития общественного мнения относительно общественно и индивидуально значимых ценностей

в. организационных отношений

г. экономических интересов личности

7. Кто находится на вершине управленческой пирамиды?

а. технические исполнители

б. руководитель

в. гл. специалисты

г. зав. цеха

8. Первым методом мотивации был

а. теория Врума

б. «кнут и пряник»

в. теория Маслоу

г. теория справедливости Адамса

9. Верхним уровнем в пирамиде Маслоу было:

а. самоутверждение

б. стремление к контактам

в. самовыражение

г. физиологические потребности

10. Какие 3 вида потребностей выделил Мак Клеlland:

а. пища, жильё, отдых

б. авторитет, лидерство, известность

в. успех, причастность, власть

г. безопасность, уверенность в будущем, стабильность

11. Дополните фразу. Открытая организация – это...

12. Дополните фразу. Внутренняя среда организации – это...

13. Задача. Последствия снижения цены при увеличении объема продаж.

Определите анализ эффективности производства на основании следующих данных:

Цена, р 50 35

Объем продаж, шт 10 000 12 000

Постоянные издержки на весь объем производства $C_{\text{пст}} = 200\,000$ р., переменные издержки на единицу изделия $C_{\text{пер}} = 20$ р.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Что не является внутренней переменной организации?

а. структура

б. цель

в. люди

г. законодательство

2. Какие факторы влияют на внешнюю среду организации?

а. прямые и косвенные

б. основные и дополнительные

в. главные и второстепенные

г. глобальные и локальные

3. Организация – это...

а. 1 человек

б. 2 человека, деятельность которых координируется для достижения общей цели

в. 3 человека

г. 2 человека, которые не рассматривают себя как часть группы

4. Что не входит в пирамиду потребностей А. Маслоу?

а. потребность в принадлежности

б. потребность в безопасности

в. потребность во власти

г. потребность в самовыражении.

5. Что является предметом труда объекта управления?

- а. информация
- б. готовая продукция
- в. функция управления
- г. управленческое решение

6. Инновационный менеджмент это:

- а. самостоятельная наука
- б. совокупность методов управления персоналом
- в. совокупность методов и форм управления инновационной деятельностью
- г. фундаментальное исследование

7. Как могут быть связаны между собой функциональные звенья в организационной структуре управления?

- а. вертикальными связями
- б. горизонтальными связями
- в. функциональными связями
- г. всеми перечисленными связями

8. Какие методы традиционно выделяют в менеджменте?

- а. административные и бюрократические
- б. бюрократические и социально-психологические
- в. социально-психологические и демократические
- г. экономические и административные

9. Какие психологические факторы влияют на работника организации?

- а. непроизводственные
- б. внутренние
- в. производственные
- г. внешние

10. Какие элементы образуют среду прямого влияния?

- а. развитие техники и технологии
- б. политическая ситуация
- в. конкуренты
- г. законодательные акты

11. Дополните фразу. Разделение труда – это...

12. Дополните фразу. Внешняя среда – это...

13. Задача. Известно, что постоянные затраты на организацию торговли составляют 100 000 денежных единиц. Сюда входят транспорт, зарплата торгового агента и прочие накладные затраты. Кроме того, торговый агент получает 2% от объема реализации. Оптовик имеет 20% наценку. При каком объеме

реализации будет выгодно пользоваться оптовиком, а при каком собственной агентской сетью?

УК-2.3	Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах	Знать: методику расчета показателей, необходимых для составления экономических разделов проекта, особенности их обоснования и представления результатов в соответствии с применяемыми в организации стандартами Уметь: выполнять необходимые для составления экономических проектов расчеты, обосновывать их, представлять результаты и принимать оптимальные решения в области ресурсного обеспечения бизнеса Владеть: практическими навыками расчета показателей, необходимых для осуществления проектов, навыками обоснования и представления полученных по итогам расчетов результатов
--------	---	--

Вариант 1.

1. Деятельность, которая является основным видом труда менеджера:

- а) управление;
- б) систематизация;
- в) контроль;
- г) мотивация.

2. Система взглядов, вытекающих из основополагающих идей и научных результатов крупных ученых, определяющих стержень мышления основной массы исследователей – это:

- а) менеджмент;
- б) научная школа;
- в) методология;
- г) парадигма.

3. Основателем школы научного управления является:

- а) Ф.Тейлор
- б) А. Файолем
- в) Л.Урвик
- г) М. Фоллет

4. Совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей – это:

- а) методы управления;
- б) система управления;
- в) технология управления;
- г) теория управления.

5. Свойство процесса управления укладываться в обозначенные сроки – это:

- а) гибкость процесса;
- б) динамичность;

- в) адаптивность;
- г) оперативность.

6. Понятие «административный метод» относится к:

- а) управлению персоналом;
- б) производственному процессу;
- в) системе менеджмента;
- г) характеристике управления.

8. Умственный и физический процесс, приводящий к выполнению подчиненными официальных поручений менеджера и решению поставленных задач – это:

- а) руководство;
- б) мотивация;
- в) власть;
- г) лидерство.

8. Возможность оказывать определенное влияние на поведение людей с помощью права распоряжаться чем-либо, авторитета, подчинения своей воле – это

- а) давление;
- б) руководство;
- в) власть;
- г) лидерство.

9. Наемный работник, занимающий определенную руководящую должность в организации – это...

- а) менеджер;
- б) технолог;
- в) специалист;
- г) заведующий.

14. Комплекс факторов, не подвластных руководству организации и оказывающих непосредственное влияние на производственную и финансово-хозяйственную деятельность компании – это...

- а) внутренняя среда организации;
- б) внешняя среда организации;
- в) макроокружение;
- г) микроокружение.

11. Дополните фразу. Управление – это...

12. Дополните фразу. Менеджер – это...

13. Задача. Начальник отдела маркетинга полагает, что увеличение расходов на рекламу на 10 000 р. в месяц способно дать прирост ежемесячной выручки от реализации на 30 000 р. Следует ли одобрить повышение расходов на рекламу?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

2. Группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели (или целей) – это...

- а) организация;
- б) отдел;
- в) структура;
- г) акционерное общество.

2. К некоммерческим организациям относится:

- а) хозяйственные товарищества и общества;
- б) производственные кооперативы;
- в) государственные и муниципальные унитарные предприятия;
- г) потребительские кооперативы.

3. Форма разделения и кооперации управленческой деятельности, в рамках которой происходит процесс управления, направленный на достижение цели организации – это...

- а) организационная структура управления;
- б) иерархическая структура управления;
- в) типология управления;
- г) система управления.

4. Вид структуры предназначенный для организации работы менеджеров высшего звена управления – это ...

- а) штабной вид;
- б) органический вид;
- в) функциональный вид;
- г) линейный вид.

5. Метод, который предусматривает выработку системы целей организации и последующее совмещение с разрабатываемой структурой:

- а) метод аналогии
 - б) экспертный метод
 - в) метод структуризации целей
 - г) метод организационного моделирования.
-

6. Дает информацию руководителю фирмы для более оптимального планирования и осуществления в дальнейшем аналогичных задач – это ...

- а) текущий контроль;
- б) предварительный контроль;
- в) заключительный контроль;
- г) стратегическое управление.

7. Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и (или) целей организации – это ...

- а) стимулирование;
- б) мотивация;
- в) аутсорсинг;
- г) планирование.

8. Непрерывный процесс установления и конкретизации целей развития организации и ее структурных подразделений, определения средств их достижения, сроков и последовательности реализации, распределения ресурсов – это ...

- а) планирование;
- б) стратегическое управление;
- в) производственное управление;
- г) система менеджмента.

9. Творческий акт субъекта управления, направленный на устранение проблем, которые возникли в объекте управления – это ...

- а) управленческое решение;
- б) метод «мозгового штурма»;
- в) эффективность решения;
- г) альтернативное решение.

10. Решения, которое затрагивают все предприятие, его производственную и финансово-хозяйственную деятельность – это ...

- а) частные;
- б) общие;
- в) универсальные;
- г) программные.

15. Дополните фразу. Функции управления – это _____

16. Дополните фразу. Принципы управления – это _____

17. Задача.

Заместитель генерального директора по производству хотел бы использовать более дешевые материалы, позволяющие экономить на переменных издержках по 25 р. на каждую единицу продукции. Однако начальник отдела сбыта опасается, что снижение числа плит приведет к снижению объема реализации до 350 шт. в месяц. Следует ли переходить на более дешевые материалы?

УК-6.2	Демонстрирует умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории	Знать: критерии самоконтроля и рефлексии Уметь: разрабатывать индивидуальную образовательную траекторию Владеть: навыками корректировки обучения по выбранной траектории
--------	---	--

Вариант 1.

1. Деятельность, которая является основным видом труда менеджера:

- а) управление;
- б) систематизация;
- в) контроль;
- г) мотивация.

2. Система взглядов, вытекающих из основополагающих идей и научных результатов крупных ученых, определяющих стержень мышления основной массы исследователей – это:

- а) менеджмент;
- б) научная школа;
- в) методология;
- г) парадигма.

3. Основателем школы научного управления является:

- а) Ф.Тейлор
- б) А. Файолем
- в) Л.Урвик
- г) М. Фоллет

4. Совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей – это:

- а) методы управления;
- б) система управления;
- в) технология управления;
- г) теория управления.

5. Свойство процесса управления укладываться в обозначенные сроки – это:

- а) гибкость процесса;
- б) динамичность;

- в) адаптивность;
- г) оперативность.

6. Понятие «административный метод» относится к:

- а) управлению персоналом;
- б) производственному процессу;
- в) системе менеджмента;
- г) характеристике управления.

9. Умственный и физический процесс, приводящий к выполнению подчиненными официальных поручений менеджера и решению поставленных задач – это:

- а) руководство;
- б) мотивация;
- в) власть;
- г) лидерство.

8. Возможность оказывать определенное влияние на поведение людей с помощью права распоряжаться чем-либо, авторитета, подчинения своей воле – это

- а) давление;
- б) руководство;
- в) власть;
- г) лидерство.

9. Наемный работник, занимающий определенную руководящую должность в организации – это...

- а) менеджер;
- б) технолог;
- в) специалист;
- г) заведующий.

18. Комплекс факторов, не подвластных руководству организации и оказывающих непосредственное влияние на производственную и финансово-хозяйственную деятельность компании – это...

- а) внутренняя среда организации;
- б) внешняя среда организации;
- в) макроокружение;
- г) микроокружение.

11. Дополните фразу. Управление – это...

12. Дополните фразу. Менеджер – это...

13. Задача. Начальник отдела маркетинга полагает, что увеличение расходов на рекламу на 10 000 р. в месяц способно дать прирост ежемесячной выручки от реализации на 30 000 р. Следует ли одобрить повышение расходов на рекламу?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

3. Группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели (или целей) – это...

- а) организация;
- б) отдел;
- в) структура;
- г) акционерное общество.

2. К некоммерческим организациям относится:

- а) хозяйственные товарищества и общества;
- б) производственные кооперативы;
- в) государственные и муниципальные унитарные предприятия;
- г) потребительские кооперативы.

3. Форма разделения и кооперации управленческой деятельности, в рамках которой происходит процесс управления, направленный на достижение цели организации – это...

- а) организационная структура управления;
- б) иерархическая структура управления;
- в) типология управления;
- г) система управления.

4. Вид структуры предназначенный для организации работы менеджеров высшего звена управления – это ...

- а) штабной вид;
- б) органический вид;
- в) функциональный вид;
- г) линейный вид.

5. Метод, который предусматривает выработку системы целей организации и последующее совмещение с разрабатываемой структурой:

- а) метод аналогии
 - б) экспертный метод
 - в) метод структуризации целей
 - г) метод организационного моделирования.
-

6. Дает информацию руководителю фирмы для более оптимального планирования и осуществления в дальнейшем аналогичных задач – это ...

- а) текущий контроль;
- б) предварительный контроль;
- в) заключительный контроль;
- г) стратегическое управление.

7. Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и (или) целей организации – это ...

- а) стимулирование;
- б) мотивация;
- в) аутсорсинг;
- г) планирование.

8. Непрерывный процесс установления и конкретизации целей развития организации и ее структурных подразделений, определения средств их достижения, сроков и последовательности реализации, распределения ресурсов – это ...

- а) планирование;
- б) стратегическое управление;
- в) производственное управление;
- г) система менеджмента.

9. Творческий акт субъекта управления, направленный на устранение проблем, которые возникли в объекте управления – это ...

- а) управленческое решение;
- б) метод «мозгового штурма»;
- в) эффективность решения;
- г) альтернативное решение.

10. Решения, которое затрагивают все предприятие, его производственную и финансово-хозяйственную деятельность – это ...

- а) частные;
- б) общие;
- в) универсальные;
- г) программные.

19. Дополните фразу. Функции управления – это _____

20. Дополните фразу. Принципы управления – это _____

21. Задача.

Заместитель генерального директора по производству хотел бы использовать более дешевые материалы, позволяющие экономить на переменных издержках по 25 р. на каждую единицу продукции. Однако начальник отдела сбыта опасается, что снижение числа плит приведет к снижению объема реализации до 350 шт. в месяц. Следует ли переходить на более дешевые материалы?

УК-9.2	Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности	Знать: базовые экономические понятия и категории в сфере профессиональной деятельности, порядок ее организации и ведения Уметь: систематизировать и обобщать информацию с целью оптимального выбора формы и вида профессиональной деятельности Владеть: практическими навыками экономического обоснования в решении профессиональных задач
--------	---	--

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- Экономическая эффективность от увеличения товарного роста определяется по формуле:
 - $\Delta z = P_1 \cdot Z = P_1 \cdot (Z_1 - Z_2)$;
 - $K_k = (P_v - P_n) : P_n \cdot 100$;
 - $\Delta y = P_2 \cdot O = P_2 \cdot (O_f - O_n)$;
 - $\Delta T = \Pi \cdot T = \Pi \cdot (T_f - T_n)$.
- Процесс обмена сообщениями, информацией между различными личностями, их социальными группами, общностями, организациями – это...
 - общение;
 - переговоры;
 - коммуникации;
 - канал связи.
- К управленческим коммуникациям относится:
 - межличностные;
 - публичные;
 - массовые;
 - межуровневые коммуникации.
- Организационные коммуникации включают в себя:
 - формальные;
 - неформальные;

- в) деловые;
- г) внешние.

5. Набор конкретных правил, пожеланий и ограничений, реализующихся, как в процессе непосредственных взаимодействий между сотрудниками, так и во взаимоотношениях между работниками и организацией в целом – это...

- а) управление персоналом;
- б) кадровая политика;
- в) система мотивации;
- г) методы управления персоналом.

6. Совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей – это...

- а) методы управления;
- б) аттестация персонала;
- в) мотивация сотрудников;
- г) власть.

7. Метод материального стимулирование коллективов и отдельных работников называется:

- а) социальный;
- б) материальный;
- в) административный;
- г) социальный.
- г) организационная

8. Процесс взаимодействия членов группы на основе взаимозависимости и взаимовлияния в целях удовлетворения как личных, так и групповых интересов и потребностей – это ...

- а) групповая динамика;
- б) организационная динамика;
- в) частная динамика;
- г) групповая работа.

9. Возможность влиять на поведение других сотрудников организации – это ...

- а) власть;
- б) подчинение;
- в) лидерство;
- г) руководство.

10. Власть предоставленная индивиду в рамках его официальной должности в организации – это...

- а) законная;
- б) экспертная;
- в) эталонная;
- г) организационная

16. Дополните фразу. Оперативность – это...
17. Дополните фразу. Руководство – это...
18. Задача. Начальник отдела маркетинга предлагает снизить цену реализации на 20 р. и одновременно довести расходы на рекламу до 15 000 р. в месяц. Отдел маркетинга прогнозирует в этом случае увеличение объема реализации на 50 %. Следует ли одобрить такое предложение?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

2. Менеджмент – это:
- 5. управление человеческим коллективом в процессе общественного производства
 - 6. целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации
 - 7. управление производственно-хозяйственными системами: предприятиями, фирмами, компаниями и т.д.
 - 8. деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений
3. Менеджмент как наука – это:
- 5. комплекс знаний о методах и способах управления производством
 - 6. экономическая наука о способах подготовки, принятия и реализации управленческих решений в сфере производства
 - 7. система методологических приемов и способов для изучения науки менеджмент
 - 8. отрасль знаний со специфическим предметом и методами изучения закономерностей
4. Главное содержание менеджмента – это:
- 5. обеспечение эффективной деятельности организации по достижению ее целей
 - 6. интегрированный процесс выработки решений по использованию ресурсов производственно-хозяйственной системы
 - 7. организация деятельности аппарата управления производственно-хозяйственной системы
-

8. управление производством, кадрами и финансами для достижения поставленных целей
 5. Кто такой менеджер?
 5. профессия, которую может освоить человек, независимо от его психофизических характеристик
 6. человек, прошедший специальную подготовку и добивающийся результата посредством труда других людей
 7. профессионал-организатор, обладающий определенной суммой знаний в сфере управления производством, технологии и экономики
 8. субъект управления, должностное лицо в организации, обладающий знаниями и навыками управления, наделенный полномочиями и ответственностью
 6. Что является основными факторами развития менеджмента?
 5. разделение и кооперация труда, технико-технологический уровень производства
 6. особенности и особый уровень производства, уровень развития науки и технологий
 7. доминирующий способ общественного производства
 8. уровень развития информационно-технического обеспечения производства и оснащенности управленческого труда
 6. Что является объектом и субъектом менеджмента?
 5. технические ресурсы
 6. люди
 7. финансовые ресурсы
 8. технологии
 8. Главной задачей менеджера является:
 5. максимизация прибыли
 6. организация труда персонала
 7. получение максимальной отдачи от имеющихся ресурсов
 8. налаживание системы внутрифирменных коммуникаций
 9. Менеджмент и управление – это:
 5. одно и то же
 6. разные, но связанные между собой процессы
 7. взаимосвязанные процессы, в которых менеджмент является особой областью управления
 8. взаимосвязанные процессы, в которых управление является особой областью менеджмента
 10. Использование какой функции менеджмента обеспечивает распределение
-

работников по рабочим местам?

5. планирование
6. контроль
7. организация
8. мотивация

14. В какой стране сложились условия, способствовавшие появлению менеджмента?

5. Аргентине
6. Бразилии
7. Польше
8. США

15. Дополните фразу. Метод управления – это...

16. Дополните фразу. Ситуация – это...

17. Задача. Начальник отдела сбыта предлагает перевести своих сотрудников с окладов (суммарный месячный фонд заработной платы составляет 6000 р.) на комиссионное вознаграждение 15 р. с каждой проданной плиты. Он уверен, что объем продаж вырастет на 15 %. Следует ли одобрить такое предложение?

Вопросы к зачету

1. Что означает предмет, метод и категории теории управления?
2. Что означает методология теории управления?
3. Основные этапы развития управленческой мысли?
4. Назовите основоположников менеджмента?
5. Назовите этапы развития менеджмента в России?
6. Перечислите современные модели менеджмента?
7. Что означает система? Характерные особенности систем управления.
8. Назовите основные виды управления.
9. Что относится к основным свойствам организационного управления?
10. Какие требования предъявляются к управлению?
11. Перечислите основные задачи и функции менеджера?
12. Какие бывают стили руководства?
13. Назовите основные отличия понятий власть и влияние?
14. Какие требования предъявляются к современным менеджерам?
15. Дайте понятие организации, ее общих характеристик.
16. Проанализируйте классификацию организаций.
17. Перечислите организационно – правовые формы организаций.
18. Назовите основные характеристики внутренней среды организации.
19. Назовите основные характеристики внешней среды организации.
20. Назовите основные признаки организационной структуры.
21. В чем заключается типология организационных структур?
22. Основные характеристики построения организационных структур.
23. Охарактеризуйте управленческий цикл как совокупность функций управле-

ния.

24. Планирование как функция управления.
25. Организация как функция управления.
26. Мотивация как функция управления.
27. Контроль как функция управления.
28. Что такое управленческое решение?
29. Классификация управленческих решений.
30. Перечислите основные этапы разработки управленческих решений?
31. В чем заключается эффективность управленческого решения?
32. Место и роль коммуникации в управлении.
33. Дайте характеристику видов и моделей коммуникаций.
34. Какие основные преграды в организационных коммуникациях и пути их преодоления?
35. В чем заключается сущность кадровой политики?
36. Назовите основные этапы формирования кадровой политики.
37. Дайте характеристику системы методов управления персоналом.
38. Что такое групповая динамика?
39. В чем различается лидерство и руководство?
40. В чем заключается власть и влияние руководителя?

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет с оценкой проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке ис-

пользуется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Правовые основы PR»***



1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

УК-2.1: Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
УК-10.3: Вырабатывает пути решения конкретной профессиональной задачи, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Знать: основы антикоррупционного поведения, противодействия экстремизму и терроризму
Уметь: демонстрировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Владеть: навыками решения конкретных профессиональных задач противодействия коррупции, экстремизму и терроризму
ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.

2. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются

систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-2.1: Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. PR – это использование информации для влияния на:

- А. общественное мнение
- Б. государственные органы власти
- В. средства массовой информации
- Г. покупателей

2. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

- А. информация
- Б. законодательные акты
- В. коммерческие организации
- Г. подручные средства.

3. Что является главной целью PR?

- А. изменение общественного мнения
- Б. повышение уровня продаж
- В. доведение информации до потребителей

Г. повышение рейтинга компании

4. Найдите соответствие:

1. Акты применения права		А	официальный документ, принятый (изданный) в определенной форме правотворческим органом в пределах его компетенции и направленный на установление, изменение и отмену правовых норм.
2. Нормативно-правовой акт		Б	определённая форма юридической деятельности, направленная на создание, дополнение и отмену различных видов норм (правил, стандартов поведения), действующих в обществе.
3. Коммуникация		В	правовые акты компетентного органа или должностного лица, изданные на основании установленных факторов и норм права, определяющие права, обязанности или меру юридической ответственности конкретных лиц. К актам применения права предъявляются требования законности, обоснованности, целесообразности.
4. Нормотворчество		Г	процесс двустороннего информационного обмена. PR-коммуникации – вид коммуникаций между базисным субъектом PR, их инициировавшим, и его целевой общественностью. Коммуникация массовая - интерактивные двусторонние информационные потоки между субъектами коммуникации, служащие целям распространения социально значимой информации посредством различных технических средств на большие массовые аудитории. Коммуникации публичные – вид коммуникаций, нацеленных на передачу информации, затрагивающей общественный интерес, с одновременным приданием ей публичного (связанного с открытостью и ориентацией на общее благо) статуса.

5. Укажите правильную последовательность:

Законодательный процесс – это порядок деятельности по организации и принятию закона или иного нормативного акта. Можно выделить последовательные стадии этого процесса:

- А. анализ законопроекта в парламентских палатах и комитетах;
- Б. законодательная инициатива;
- В. опубликование закона;
- Г. принятие закона и утверждение закона.

6. Дополните фразу. Механизм правового регулирования– это

7. Дополните фразу. Нормативный договор как источник права – это

8. Ситуационная задача.

По телевидению был показан видеоролик, в котором известная актриса предлагала покупать некое косметическое средство фирмы «Н», заявляя, что данное средство лучшее на российском рынке. Является ли такая реклама законной? Если нет, то, к какому типу ненадлежащей рекламы ее можно отнести? И кто в таком случае будет нести ответственность за ненадлежащую рекламу – актриса, редакция телеканала, выпустившая в эфир ролик, или фирма, заказавшая рекламу? Дайте обоснованный ответ, ссылаясь на законодательство РФ..

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какая модель информационной политики не существует:

- А. тоталитарная
- Б. релятивистская
- В. дисциплинарная
- Г. диалоговая

2. Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?

- А. формирование общенациональных ценностей
- Б. модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры
- В. удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения
- Г. создание новых рабочих мест

3. PR – это (выберите единственное верное определение)

- А. оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга.
- Б. формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность
- В. особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью
- Г. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации

4. Найдите соответствие:

1. Отрасль права		А	управленческая рыночная деятельность, направленная на формирование эффективной системы публичных дискурсов социального субъекта, обеспечивающей оптимизацию его взаимодействия со значимыми сегментами социальной среды с его общественностью.
-------------------------	--	----------	--

2. Федеральный закон		Б	это обособленная совокупность юридических норм, институтов, регулирующих однородные общественные отношения. Она отражает высокий уровень системообразующих связей, характеризуется определенной целостностью, автономностью. Отрасли подразделяются на материальные и процессуальные. В основе деления системы права на отрасли и институты лежат предмет и метод правового регулирования.
3. Организация		В	нормативный правовой акт высшей юридической силы по отношению к иным актам, содержащий первичные нормы права, принятый в установленном порядке ФС РФ либо путем всенародного голосования.
4. Паблик рилейшнз		Г	1) внутренняя упорядоченность, согласованность, взаимодействие более или менее дифференцированных и автономных частей целого, обусловленное его строением; 2) совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого; 3) объединение людей, совместно реализующих программу или цель и действующих на основе определенных правил и процедур.

5. Укажите правильную последовательность:

Виды мер административного принуждения за нарушения в сфере рекламных услуг в установленной КоАП последовательности:

- А. Меры административного предупреждения. Основная цель – предупредить наступление неблагоприятных последствий или совершение правонарушения.
- Б. Меры обеспечения производства по делам об административных правонарушениях. Функция – обеспечить правильное и своевременное производство по делу, а также исполнение решения.
- В. Меры административного пресечения. Направлены на прекращение противоправных действий, которые уже имеют место.
- Г. Меры административной ответственности. Возложение неблагоприятных последствий на субъекта, совершившего правонарушение

6. Дополните фразу. Источник информации — это _____

7. Дополните фразу. Виды юридической ответственности— это _____

8. Ситуационная задача.

В телевизионной передаче, посвященной работе студии фитодизайна, ведущий сказал следующую фразу: «Не знаю как вам, а мне покупать рыночные полуувядшие цветы не хочется. Лучше поехать на природу и собрать что-то свое. Только для себя». После показа этого материала по телевидению в территориальный антимонопольный орган поступило заявление от группы предпринимателей и физических лиц, торгующих

цветами на упомянутом рынке. Заявители, в частности, указывали, что прозвучавшее в видеосюжете высказывание журналиста о плохом качестве рыночных цветов является недобросовестной рекламой, которая опорочила их деловую репутацию, уменьшила спрос на продаваемый товар, и требовали применить к нарушителям соответствующие меры. Насколько правомочны данные требования с точки зрения ст.6 Закона о рекламе?

УК-10.3: Вырабатывает пути решения конкретной профессиональной задачи, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму

Знать: основы антикоррупционного поведения, противодействия экстремизму и терроризму

Уметь: демонстрировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму

Владеть: навыками решения конкретных профессиональных задач противодействия коррупции, экстремизму и терроризму

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:

- А. средства связи
- Б. средства массовой информации
- В. службы PR
- Г. общественность

2. Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью

- А. Кодекс ИПРА (IPRA)
- Б. Кодекс этики государственных служащих
- В. Трудовой кодекс
- Г. Административный кодекс

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

- А. финансовые
- Б. материальные
- В. этические
- Г. гражданские

4. Найдите соответствие:

1. Безопасность		А	отрасль государственного управления и система обслуживающих его учреждений.
2. Ведомство		Б	состояние правовой защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз, а также противоправных посягательств.

3. Общество информационное		В	применительно к Российской Федерации, где основным законом является Конституция РФ, данный принцип означает, что все другие законы и подзаконные акты должны издаваться на основе основного закона и не противоречить ему.
4. Верховенство закона		Г	общество, порожденное развитием и взаимопроникновением информационных и коммуникационных технологий, в котором главным условием благополучия индивида и государства становится знание, полученное благодаря беспрепятственному доступу к информации и умению работать с ней

5. Укажите правильную последовательность:

Этапы процесса заключения договора о предоставлении услуг в сфере рекламы:

- А. Регистрация о предоставлении услуг в сфере рекламы..
- Б. Подписание договора о предоставлении услуг в сфере рекламы сторонами. Анализ информации
- В. Подготовка документов, которые являются неотъемлемой частью о предоставлении услуг в сфере рекламы .Сбор необходимой информации.
- Г. Принятие решения о необходимости предоставления услуг в сфере рекламы полномочным органом юридического лица.

6. Дополните фразу. Пресс-конференция – это _____

7. Дополните фразу. Документ, удостоверяющий личность– это _____

8.Ситуационная задача.

Магазин находится в глубине квартала. В 200-х метрах непосредственно поставлен указатель, информирующий о магазине. Указатель выполнен и установлен сторонней организацией, занимающейся изготовлением и установкой вывесок, указателей и т. д. Является ли данный указатель рекламой? Дайте обоснованный ответ, ссылаясь на статью конкретного нормативно- правового акта, регулирующего данные отношения.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?

- А. Существуют в виде кодексов профессионального поведения
- Б. Существуют в виде государственных стандартов качества
- В. Существуют в виде законодательно установленных правил
- Г. Существуют в виде кодифицированных нормативно- правовых актов

2. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую

очередь?

- А. Планирование PR кампании.
- Б. Анализ целевой аудитории
- В. Определение правовой базы кампании
- Г. Анализ эффективности результатов PR кампании

3. PR-кампания-это:

- А. компания PR специалистов
- Б. комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы
- В. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения
- Г. заседание совета журналистов и юристов

4. Найдите соответствие:

1.Исковая давность		А	Норма, определяющая, право какого государства должно быть применено к соответствующему правоотношению.
2.Коллизионная норма		Б	Установленный законом промежуток времени, в течение которого возможна принудительная защита нарушенного гражданского права средствами искового судопроизводства.
3. Пропаганда		В	результат согласования волей различных государств, принимающих участие в них, т.е. представляют собой соглашения государств относительно признания норм в качестве юридически обязательных правил.
4.Международный договор		Г	идеологическое воздействие на массовую аудиторию, носящее политический, просветительский, религиозный или иной характер, а также распространение и разъяснение идей, знаний, учений.

5.Укажите правильную последовательность:

Применения административных мер, усиливающих наказание за распространение запрещённой пропаганды:

- А. Административное задержание;
- Б. Штрафные санкции;
- В. Административный арест;
- Г. Привод.

6. Дополните фразу. Целевая аудитория — это _____

7. Дополните фразу. Меры обеспечения производства по делу об информационном правонарушении— это _____

8. Ситуационная задача.

Является ли рекламой опубликованная в печати информация с описанием комплекса упражнений, который демонстрирует инструктор спортивного клуба, с указанием адреса и телефона клуба? Дайте обоснованный ответ, ссылаясь на статью

конкретного нормативно- правового акта, регулирующего данные отношения.

ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Что относится к одной из самых важная задача PR специалистов?

- А. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по скорейшей организации процедуры банкротства предприятия
- Б. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по предотвращению проблемы, до того, как она перерастет в настоящий кризис
- В. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по проведению административно- правовых мероприятий
- Г. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по своевременному регулированию численности персонала компании

2. Отличаются ли реклама и связи с общественностью по используемым средствам массовой информации:

- А. да, отличаются
- Б. нет, не отличаются
- В. иногда цели совпадают
- Г. иногда цели не совпадают

3. Какую роль играет социальная реклама?

- А. реклама помогает старикам и инвалидам обрести уверенность в будущем
- Б. реклама информирует общественность о событиях в экономике и политике
- В. реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях
- реклама направлена благотворительные цели

4. Найдите соответствие:

1. Штраф		А	официальный письменный документ, порождающий определенные правовые последствия (сделки, акты государственных органов и органов местного самоуправления, судебное решение).
2. Юридические акты		Б	Взыскиваемая сумма, которая выражается в виде процентов пропорционально заранее определенной величине.

3. Срок исковой давности		В	жанр комбинированного PR-текста, содержащего информацию о субъекте политических коммуникаций (слоган, биография, фрагменты программы, письмо) и служащего целям позиционирования, приращения или поддержания публичного капитала данного субъекта PR.
4. Листовка –		Г	установленный законом промежуток времени, в течение которого возможна принудительная защита нарушенного гражданского права средствами искового судопроизводства.

5. Укажите правильную последовательность:

Сфера действия права, подлежащего применению к обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда распространением запрещённой информации— определяются, в частности:

- А. основанием ответственности;
- Б. способностью лица нести ответственность за причиненный вред;
- В. способами возмещения вреда;
- Г. объемом и размерами возмещения вреда.

6. Дополните фразу. Территория Российской Федерации – это

7. Дополните фразу. Паблик рилейшнз – это _____

8. Ситуационная задача.

Рекламное агентство по заказу фирмы, занимающейся производством слабоалкогольной продукции, создало видеоролик, где девушка медленно пьет пиво из запотевшего бокала. Данная реклама не понравилась заказчику, поэтому он обратился к услугам другого агентства, которое сделало похожую рекламу, где другая девушка точно так же медленно пьет из запотевшего бокала пиво. В результате первое агентство обратилось в судебные органы с иском о нарушении своих авторских прав на данный ролик. Оцените правомочность данного иска.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Одной из задач государственного PR является:

- А. обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти
- Б. обеспечение населения регулярной информацией о чрезвычайных происшествиях на дорогах
- В. обеспечение населения регулярной информацией о жизни соотечественников в дальнем зарубежье
- Г. обеспечение населения регулярной информацией о жизни политиков и их членов

семей

2. Что не является задачей государственного PR:

- А. Обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти
- Б. Информирование общественности по вопросам законодательства
- В. Информирование о ценах на товары и услуги в регионе
- Г. Просвещение общественности по вопросам, входящим в сферу ответственности органов власти

3. PR-это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между:

- А. организацией и службами рекламы
- Б. организацией и средствами массовой информации
- В. организацией и ее общественностью
- Г. организацией и службами PR

4. Найдите соответствие:

1. Система права	А	центральный орган исполнительной власти, осуществляющий руководство порученной ему отраслью управления или сферой деятельности
2. Министерство	Б	структура, состав отдельных институтов и норм в их определенной последовательности.
3. Мораль	В	лицо, которое действует по поручению другого физического или юридического лица, и выражает его интересы.
4. Представитель	Г	система норм и принципов, регулирующих поведение людей о добре и зле, чести, совести, справедливости.

5. Укажите правильную последовательность:

Виды мер административного принуждения за нарушения в сфере рекламных услуг в установленной КоАП последовательности:

- А. Меры административного предупреждения. Основная цель – предупредить наступление неблагоприятных последствий или совершение правонарушения.
- Б. Меры обеспечения производства по делам об административных правонарушениях. Функция – обеспечить правильное и своевременное производство по делу, а также исполнение решения.
- В. Меры административного пресечения. Направлены на прекращение противоправных действий, которые уже имеют место.
- Г. Меры административной ответственности. Возложение неблагоприятных последствий на субъекта, совершившего правонарушение

6. Дополните фразу. Гарантии прав человека и гражданина— это

7. Дополните фразу. Лишение специального права —это _____

8. Ситуационная задача.

Губернатором субъекта Российской Федерации (условия задачи вымышленные) подписано постановление об увеличении объема рекламы в радио - и телепрограммах, не зарегистрированных в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, до 30% эфирного времени. Оцените законность данного акта.

Контрольные вопросы к экзамену

1. Социальные нормы: обычные, корпоративные и нравственные.
2. Право как социальный регулятор.
3. Принципы формального и юридического равенства.
4. Нормативные акты: законы, указы, постановления.
5. Индивидуальное регулирование общественных отношений.
6. Акт применения права.
7. Право и обязанности субъектов правоотношений.
8. Основы регулирования информационных потоков.
9. Информационный и маркетинговый подход к определению регулирования деятельности в связях с общественностью.
10. Основные юридические понятия информационной сферы. Информация и информационная среда.
11. Общедозволительный тип правового регулирования информационной сферы.
12. Законодательные акты, регулирующие право человека на информацию, доступ к информации, касающиеся деятельности СМИ.
13. Информационная безопасность.
14. Информация с ограниченным доступом.
15. Права и обязанности лица, ответственного за связи со СМИ.
16. Права специалиста по связям с общественностью в отношении с журналистами.
17. Организационные формы взаимодействия организации с журналистами. Процедура аккредитации.
18. Ответственность за нарушение прав журналиста и редакции.
19. Понятие чести, достоинства и деловой репутации.
20. Внесудебная защита чести, достоинства и деловой репутации.
21. Судебный путь защиты чести, достоинства и деловой репутации.
22. Понятие предвыборной агитации. Свобода предвыборной агитации.
23. Обязательства государства по обеспечению предвыборной агитации (юридические, организационные, финансовые).
24. Ограничения свободы предвыборной агитации (во времени, по форме, по содержанию, по субъектам).
25. Ответственность за нарушение законодательства о предвыборной агитации.
26. Позиционирование и использованием государственного наименования и символики.
27. Товарные знаки и знаки обслуживания.
28. Пути защиты гражданских прав от незаконного использования товарного знака.
29. Наименования и эмблемы.
30. Правовое регулирование рекламной деятельности.
31. Общие и специальные требования к рекламе.
32. Ненадлежащая реклама.
33. Скрытая реклама.
34. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

35. Благотворительность как средство продвижения имиджа.
36. Законодательное регулирование спонсорской деятельности.
37. Организация публичных конкурсов.
38. Понятие авторского права. Интеллектуальная собственность. Условия распространения авторского права на объект.
39. Структура авторского права.
40. Авторский договор о передаче исключительных прав.
41. Санкции за нарушение норм законодательства об авторских и смежных правах.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Экзамен проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Выполнение рекламных проектов в
материале»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.
Показатель оценивания: способность прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.
Показатель оценивания: оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
Показатель оценивания: проведение мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
Показатель оценивания: понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;

Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.
Показатель оценивания: реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов
Показатель оценивания: применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR- проекта.
Показатель оценивания: понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.
Показатель оценивания: разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Показатель оценивания: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Шкала оценивания – зачтено с оценкой, не зачтено

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблю-

даются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.
Показатель оценивания: способность прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Кнопка (Button) – это:**
 - А. Небольшие рекламные графические площади, аналогичные баннеру, оснащенные связью между информационными сообщениями и рекламой.
 - Б. Минимизированная web-страничка, раскрывающаяся в виде окошка поверх основного браузера.
 - В. Листовка;
 - Г. Видеоролик.
- 2. Рекламный образ товара – это:**
 - А. Новый товар, который может быть представлен в виде информации, как это подчеркивается в Федеральном законе от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе", материального рекламного средства, в виде услуги, вспомогательной конструкции, необходимой для восприятия свойств товара, технического (программного) средства для формирования идеи и непосредственной разработки рекламного сообщения, а также решений, которые реализуются в ходе деятельности субъектов рекламного рынка на этапах технологической цепочки рекламной кампании.

- Б. Это заключенные в средства рекламы наиболее важные потребительские выгоды (атрибуты), представляющие образ товара в виде рекламного продукта и придающие добавочную ценность или выгоду от его приобретения.
- В. Форма его позиционирования, представленную совокупностью уникальных достоинств товара (атрибутов), с точки зрения выгод потребителя и в соответствии со стратегией маркетинга рекламодателя.
- Г. Практический результат реализации креативной, технологической или организационно-управленческой компоненты рекламной деятельности, используемый для удовлетворения частных, групповых и общественных потребностей в рекламе.

3. Разновидности рекламных продуктов и услуг можно рассматривать в следующих разрезах:

- А. Результаты творческих рекламных разработок;
- Б. Технологические разновидности рекламного продукта;
- В. Организационно-управленческие элементы рекламного продукта;
- Г. Собственно рекламные услуги.

4. Рекламное сообщение представляет собой:

- А. Наиболее распространенный рекламный продукт, специфика которого заключается в единстве вербальных (наименование фирмы и товара, товарный знак, слоган, текст) и невербальных (образ, цветовая гамма и композиция) смысловых компонент рекламной информации.
- Б. Элемент рекламной коммуникации, являющийся непосредственным носителем информационного и эмоционального воздействия, оказываемого коммуникатором на получателя.
- В. Центральный элемент процесса рекламного воздействия на получателя, представляющий главный смысл послания коммуникатора его целевой аудитории.
- Г. Идея коммуникации и используемые коды послания, которые могут способствовать восприятию данной идеи.

- 5. Кондитерская фирма выпускает карамель со вкусом яблока, персика, вишни, кокоса, ананаса, банана. Придумайте название для серии, каждого вида (сохраняя связь с названием серии) и общий слоган для всей серии.
- 6. Молокозавод выпускает молоко в пластиковых бутылках в форме сидящей пятнистой (черно-белой) коровы. Придумайте название и слоган.
- 7. Вы придумали новую сладость — жвачка плюс мороженое. Придумайте название новинки и слоган для нее.
- 8. Магазин видеоаудиотехники называется «Золотой глаз». Открывается второй магазин, где будут продаваться холодильники и стиральные машины. Придумайте название для второго магазина, сохранив связь с «Золотым глазом», и общий слоган для обоих магазинов.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Рекламное обращение представляет собой:

- А. Наиболее распространенный рекламный продукт, специфика которого заключается в единстве вербальных (наименование фирмы и товара, товарный знак, слоган, текст) и невербальных (образ, цветовая гамма и композиция) смысловых компонент рекламной информации.

- Б. Элемент рекламной коммуникации, являющийся непосредственным носителем информационного и эмоционального воздействия, оказываемого коммуникатором на получателя.
- В. Центральный элемент процесса рекламного воздействия на получателя, представляющий главный смысл послания коммуникатора его целевой аудитории.
- Г. Идея коммуникации и используемые коды послания, которые могут способствовать восприятию данной идеи.

2. Структура рекламного обращения включает в себя следующие части:

- А. Заголовок и слоган;
- Б. Зачин и информационный блок;
- В. Справочные сведения;
- Г. Эхо-фразу.

3. Модель AIDA (attention — interest — desire — action, т. е. внимание — интерес — желание — действие). Предложена:

- А. Американцем Элмером Левисом в 1896 г.
- Б. Г.Гольдманом в 1953 г.
- В. Американским рекламистом Расселом Колли (1961 г.).
- Г. Шведским маркетингологом Рольфом Йенсеном.

4. Креатив - это:

- А. Оригинальная идея, которая выделяет клиента, товар или услугу в ряду аналогичных.
- Б. Это передача рекламного сообщения таким образом, который бы оказывал релевантное влияние.
- В. Это точное представление позиции торговой марки, привлекающее внимание, изложенное детально, обладающее эффектом катализатора, подчиняющееся цензуре, действующей в сми.
- Г. Процесс получения оригинальной идеи.

5. Напишите рекламные тексты, развивающие идеи слоганов:

- Hugo Boss. Твой аромат — твои правила;
- Vichy. Здоровье через здоровую кожу;
- Bosch. На нас можно положиться.

6. Напишите рекламные тексты, развивающие идеи слоганов:

- «Ласка». Ласкающая чистота Вашей одежды;
- Pantene Pro-V Color. Живой цвет для яркой тебя!
- «Рено». Искусство создавать автомобили.

7. Магазин видеоаудиотехники называется «Золотой глаз». Открывается второй магазин, где будут продаваться холодильники и стиральные машины. Придумайте название для второго магазина, сохранив связь с «Золотым глазом», и общий слоган для обоих магазинов.

8. Напишите рекламные тексты, развивающие идеи слоганов:

- Hugo Boss. Твой аромат — твои правила;
- Vichy. Здоровье через здоровую кожу;
- Bosch. На нас можно положиться.

ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.
Показатель оценивания: оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Копирайтер:

- А. Создаёт рекламную концепцию и придумывает под нее текст.
- Б. Создаёт рекламную концепцию и придумывает зрительный ряд, обладая художественным образованием и дизайнерскими навыками.
- В. Контролирует полет творческой фантазии кинохудожника.
- Г. Несёт ответственность за конечный продукт – рекламу и коммерческие передачи.

2. ТРИЗ — теория решения изобретательских задач. Ее создателем является:

- А. Т.С. Альтшуллер.
- Б. И. Л. Викентьев.
- В. Э. Левис.
- Г. Г. Гольдман.

3. Бриф – это:

- А. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
- Б. Представляет собой некий запрос, созданный на основе коммуникативной стратегии, и пишется для сотрудников творческого отдела.
- В. Техническое задание для медиапланирования.
- Г. Включает цели и задачи рекламной кампании, описание аудитории, самого бренда или услуг, а также конкурентной среды.

4. Методика слома стереотипа, «метод разрыва» (disruption) предложил:

- А. Т.С. Альтшуллер.
- Б. Э. Левис.
- В. Г. Гольдман.
- Г. Жан-Мари Дрю.

- 5. Оцените фразу: "спиртовой лосьон после бритья сушит и жжет кожу, воспользуйтесь нашим лосьоном". Вопрос. Какое законодательство нарушено? Предложите варианты уточнения, чтобы не нарушать закон.
- 6. Почему понятие «экономическая эффективность» не является достаточным при анализе результатов использования рекламы?
- 7. Какие критерии характеризуют коммуникативную эффективность?
- 8. В чем суть принципа А. Политца «знакомая марка»?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основные разделы клиентского брифа:

- А. background.
- Б. target audience (описание целевой аудитории).

- В. objectives (цели и задачи).
- Г. insight.

2. Рекламный текст — это:

- А. Коммуникативная единица, которая функционирует в сфере маркетинговых коммуникаций и предназначена для неличного оплаченного продвижения товара (услуги), идеи или социальной ценности.
- Б. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
- В. Техническое задание для медиапланирования.
- Г. Включает цели и задачи рекламной кампании, описание аудитории, самого бренда или услуг, а также конкурентной среды.

3. Слоган должен:

- А. Отражать основную идею рекламного сообщения;
- Б. Обладать высокой читаемостью и запоминаемостью;
- В. Быть кратким;
- Г. Быть точным и выразительным.

4. Существует несколько классификаций ОРТ:

- А. По способу изложения рекламной информации;
 - Б. В зависимости от цели рекламного сообщения;
 - В. По композиции;
 - Г. По длине текста.
5. От чего зависит удачное творческое решение рекламного сообщения?
 6. Каким требованиям должно отвечать рекламное сообщение, чтобы обладать агитационной силой?
 7. Какова специфика восприятия рекламы в разных странах?
 8. В чем проявляется влияние национальных особенностей и традиций при создании международной рекламы?

ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
Показатель оценивания: проведение мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. В широком смысле фирменный стиль — это:**
 - А. Процесс формирования позитивного образа предприятия или организации, включающий следующие составляющие: повышение эффективности работ и управления; улучшение микроклимата в коллективе; улучшение отношения потребителей к орга-

низации; восприятие деятельности организации как гарантии качества товаров, сервиса и услуг; закрепление желаемых потребительских предпочтений; повышение эффективности рекламы; экономия средств; повышение культуры производства и обслуживания потребителей; создание позитивного образа организации в глазах общественности.

- Б. Набор цветowych, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое гармоничное единство образа предприятия (организации) в соответствии с производимыми товарами или предоставляемыми услугами, а также со всей исходящей информацией, внутренним и внешним оформлением.
- В. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
- Г. Техническое задание для медиапланирования.

2. Уникальное торговое предложение — это:

- А. Главное потребительское преимущество товара перед конкурентами, его уникальное отличие от других аналогичных марок в глазах потребителя.
- Б. Наличие одной рекламной идеи (например, какого-нибудь харизматичного главного героя или героев), которая подаётся по-разному, в разных сюжетах, разной форме, с разным содержанием. Таким образом, получается интересный рекламный сериал.
- В. Визуальный образ, но бывают и звуковые, и обонятельные.
- Г. Явление восприятия, когда при раздражении одного органа чувств наряду с характерными для него ощущениями возникают ощущения, присущие другому органу чувств.

3. Основой как телевизионного ролика, так и кинорекламы является:

- А. Сценарий.
- Б. Заголовок.
- В. Звуковые эффекты.
- Г. Подбор цветовой гаммы.

4. Директ мейл – это:

- А. Прямая почтовая рассылка, которая позволяет быстро и недорого обратить внимание потенциального клиента на компанию (её продукт или услугу).
- Б. Каталоги и буклеты.
- В. Сувенирная продукция.
- Г. Книги и журналы, а также аудио и видео материалы.

5. В чем состоят особенности использования цвета в рекламе в разных странах?

6. Дайте характеристику специфики восприятия рекламы российским потребителем.

7. Чем различаются рекламная песня и джингл?

8. Перечислите преимущества Интернета как средства рекламы.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основные формы печатной рекламной полиграфии:

- А. Плакат;
- Б. Афиша;

- В. Листовка;
- Г. Видеоролик.

2. Способ печати - это:

- А. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- Б. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- В. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
- Г. Одна из разновидностей высокой печати, где используются резиновые или фотополимерные печатные формы, с которых низковязкая краска оттискивается непосредственно на запечатываемую поверхность.

3. Запечатываемый материал - это:

- А. Базисный материал для печатания, как правило - это бумага, картон или пластмасса.
- Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Г. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

4. Послепечатная технология - это:

- А. Сочетание брошюровочно-переплетных и отделочных технологий.
 - Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
 - В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
 - Д. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
5. На примере нескольких телевизионных роликов необходимо выявить специфику копирайтинга каждого разработанного рекламного продукта, его творческий компонент и технологии производства.
 6. На примере нескольких продуктов наружной рекламы необходимо выявить специфику копирайтинга каждого разработанного рекламного продукта, его творческий компонент и технологии производства.
 7. На примере нескольких продуктов полиграфической рекламы необходимо выявить специфику копирайтинга каждого разработанного рекламного продукта, его творческий компонент и технологии производства.
 8. На примере нескольких художественных фильмов отечественного или зарубежного производства, необходимо выявить специфику копирайтинга каждого разработанного рекламного продукта, его творческий компонент и технологии производства.

ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
Показатель оценивания: понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Способ печати - это:

- А. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- Б. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- В. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
- Г. Одна из разновидностей высокой печати, где используются резиновые или фотополимерные печатные формы, с которых низковязкая краска оттискивается непосредственно на запечатываемую поверхность.

2. Запечатываемый материал - это:

- А. Базисный материал для печатания, как правило - это бумага, картон или пластмасса.
- Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Г. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

3. Послепечатная технология - это:

- А. Сочетание брошюровочно-переплетных и отделочных технологий.
- Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Д. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

4. К проблемам оценки эффективности затрат на рекламу относятся:

- А. Оценка коммуникативной эффективности рекламной кампании, то есть как числитель дроби рассматривается количество рекламных контактов, достигнутых в итоге каких-либо мероприятий;
 - Б. Анализ коммерческой или финансовой эффективности — как отношение прироста объёма продаж (прибыли, товарооборота) к расходам, которые были для этого сделаны на рекламу;
 - В. Анализ политической составляющей рекламы;
 - Г. Анализ качества материала, содержащегося в рекламе, то есть оценка того, насколько эффективно содержание и форма рекламного обращения позволяют данному обращению выполнять функцию, которая изначально была на него возложена.
5. На примере нескольких образцов наружной рекламы (стенды, витрины, билборды, постеры, растяжки и т.д.), направленной на продвижение арт-продукции и культурных услуг (спектаклей, фильмов, выставок, концертов и т.п.) определите преимущества и недостатки размещения рекламного текста на наружных рекламных носителях, правильность выбора места размещения наружной рекламы, целевую аудиторию, эффективность воздействия.
6. На примере нескольких образцов наружной рекламы (стенды, витрины, билборды, постеры, растяжки и т.д.), направленной на продвижение арт-продукции и культурных услуг (спектаклей, фильмов, выставок, концертов и т.п.) определите преимущества и недостатки размещения рекламного текста на наружных рекламных носите-

лях, правильность выбора места размещения наружной рекламы, целевую аудиторию, эффективность воздействия.

7. На примере нескольких образцов наружной рекламы (стенды, витрины, билборды, постеры, растяжки и т.д.), направленной на продвижение арт-продукции и культурных услуг (спектаклей, фильмов, выставок, концертов и т.п.) определите преимущества и недостатки размещения рекламного текста на наружных рекламных носителях, правильность выбора места размещения наружной рекламы, целевую аудиторию, эффективность воздействия.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Уникальное торговое предложение — это:**
 - А. Главное потребительское преимущество товара перед конкурентами, его уникальное отличие от других аналогичных марок в глазах потребителя.
 - Б. Наличие одной рекламной идеи (например, какого-нибудь харизматичного главного героя или героев), которая подаётся по-разному, в разных сюжетах, разной форме, с разным содержанием. Таким образом, получается интересный рекламный сериал.
 - В. Визуальный образ, но бывают и звуковые, и обонятельные.
 - Г. Явление восприятия, когда при раздражении одного органа чувств наряду с характерными для него ощущениями возникают ощущения, присущие другому органу чувств.
- 2. Основой как телевизионного ролика, так и кинорекламы является:**
 - А. Сценарий.
 - Б. Заголовок.
 - В. Звуковые эффекты.
 - Г. Подбор цветовой гаммы.
- 3. Директ мейл – это:**
 - А. Прямая почтовая рассылка, которая позволяет быстро и недорого обратить внимание потенциального клиента на компанию (её продукт или услугу).
 - Б. Каталоги и буклеты.
 - В. Сувенирная продукция.
 - Г. Книги и журналы, а также аудио и видео материалы.
- 4. Основные формы печатной рекламной полиграфии:**
 - А. Плакат;
 - Б. Афиша;
 - В. Листовка;
 - Г. Видеоролик.
5. Сувенирная продукция – как носитель фирменного стиля организации.
6. Особенности ребрендинга фирменного стиля организации.
7. Ребрендинг, как способ усиления выразительности фирменного стиля.
8. Влияние целевой аудитории на формирование фирменного стиля организации.

ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью

Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
--

Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.

Показатель оценивания: реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Рекламный текст — это:

- А. Коммуникативная единица, которая функционирует в сфере маркетинговых коммуникаций и предназначена для неличного оплаченного продвижения товара (услуги), идеи или социальной ценности.
- Б. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
- В. Техническое задание для медиапланирования.
- Г. Включает цели и задачи рекламной кампании, описание аудитории, самого бренда или услуг, а также конкурентной среды.

2. Слоган должен:

- А. Отражать основную идею рекламного сообщения;
- Б. Обладать высокой читаемостью и запоминаемостью;
- В. Быть кратким;
- Г. Быть точным и выразительным.

3. Существует несколько классификаций ОРТ:

- А. По способу изложения рекламной информации;
- Б. В зависимости от цели рекламного сообщения;
- В. По композиции;
- Г. По длине текста.

4. В широком смысле фирменный стиль — это:

- А. Процесс формирования позитивного образа предприятия или организации, включающий следующие составляющие: повышение эффективности работ и управления; улучшение микроклимата в коллективе; улучшение отношения потребителей к организации; восприятие деятельности организации как гарантии качества товаров, сервиса и услуг; закрепление желаемых потребительских предпочтений; повышение эффективности рекламы; экономия средств; повышение культуры производства и обслуживания потребителей; создание позитивного образа организации в глазах общественности.
- Б. Набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое гармоничное единство образа предприятия (организации) в соответствии с производимыми товарами или предоставляемыми услугами, а также со всей исходящей информацией, внутренним и внешним оформлением.
- В. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной

кампании.

- Г. Техническое задание для медиапланирования.
- 5. Особенности рекламирования в интернете.
- 6. Веб-сайт, как инструмент продвижения организации.
- 7. Реклама в метро. Основные носители метрорекламы, особенности создания дизайна с учетом восприятия целевой аудитории
- 8. Раздаточная подарочная рекламная продукция как эффективный инструмент продвижения продукта на рынке.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Методика слома стереотипа, «метод разрыва» (disruption) предложил:**
 - А. Т.С. Альтшуллер.
 - Б. Э. Левис.
 - В. Г.Гольдман.
 - Г. Жан-Мари Дрю.
2. **Копирайтер:**
 - А. Создаёт рекламную концепцию и придумывает под нее текст.
 - Б. Создаёт рекламную концепцию и придумывает зрительный ряд, обладая художественным образованием и дизайнерскими навыками.
 - В. Контролирует полет творческой фантазии кинохудожника.
 - Г. Несёт ответственность за конечный продукт – рекламу и коммерческие передачи.
3. **Бриф – это:**
 - А. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планируемыми сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
 - Б. Представляет собой некий запрос, созданный на основе коммуникативной стратегии, и пишется для сотрудников творческого отдела.
 - В. Техническое задание для медиапланирования.
 - Г. Включает цели и задачи рекламной кампании, описание аудитории, самого бренда или услуг, а также конкурентной среды.
4. **Основные разделы клиентского брифа:**
 - А. background.
 - Б. target audience (описание целевой аудитории).
 - В. objectives (цели и задачи).
 - Г. insight.
5. Что должна содержать креативная рекламная информация, учитывающая потребности целевой аудитории?
6. Какие виды рекламной продукции используются в продвижении творческих произведений (концертов, спектаклей, фильмов и т.п.) на рынок культурных услуг?
7. Определите формулу цвета, формат и вид для образов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.



8. Определите формулу цвета, формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.



ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.

Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.

Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов

Показатель оценивания: применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Основой как телевизионного ролика, так и кинорекламы является:**
 - А. Сценарий.
 - Б. Заголовок.
 - В. Звуковые эффекты.
 - Г. Подбор цветовой гаммы.

- 2. Директ мейл – это:**
 - А. Прямая почтовая рассылка, которая позволяет быстро и недорого обратить внимание потенциального клиента на компанию (её продукт или услугу).
 - Б. Каталоги и буклеты.
 - В. Сувенирная продукция.
 - Г. Книги и журналы, а также аудио и видео материалы.

- 3. Основные формы печатной рекламной полиграфии:**
 - А. Плакат;
 - Б. Афиша;
 - В. Листовка;
 - Г. Видеоролик.

- 4. Способ печати - это:**
 - А. Полиграфический процесс тиражирования издания.
 - Б. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
 - В. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
 - Г. Одна из разновидностей высокой печати, где используются резиновые или фотополимерные печатные формы, с которых низковязкая краска оттискивается непосредственно на запечатываемую поверхность.

- 5. Определите формулу цвета, формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.**



- 6. Оцените соответствие образцов рекламы, предоставленных преподавателем, моде-**

лям AIDA и AIDMA.



7. Проанализируйте образцы рекламы (теле/радио/**наружной**/в прессе/директ-мейл) с целью определения соответствия особенностям разработки рекламы для данного медианосителя.



8. Сделайте подборку образцов реклам, в которых используются приемы повышения коммуникационной эффективности, и определите, где их использование действительно способствует увеличению эффективности рекламы, а где наоборот.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Способ печати - это:

- А. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- Б. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- В. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
- Г. Одна из разновидностей высокой печати, где используются резиновые или фотополимерные печатные формы, с которых низковязкая краска оттискивается непосредственно на запечатываемую поверхность.

2. Запечатываемый материал - это:

- А. Базисный материал для печатания, как правило - это бумага, картон или пластмасса.
- Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Г. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

3. Послепечатная технология - это:

- А. Сочетание брошюровочно-переплетных и отделочных технологий.
- Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
- Д. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.

4. К проблемам оценки эффективности затрат на рекламу относятся:

- А. Оценка коммуникативной эффективности рекламной кампании, то есть как числитель дроби рассматривается количество рекламных контактов, достигнутых в итоге каких-либо мероприятий;
- Б. Анализ коммерческой или финансовой эффективности — как отношение прироста объёма продаж (прибыли, товарооборота) к расходам, которые были для этого сделаны на рекламу;
- В. Анализ политической составляющей рекламы;
- Г. Анализ качества материала, содержащегося в рекламе, то есть оценка того, насколько эффективно содержание и форма рекламного обращения позволяют данному обращению выполнять функцию, которая изначально была на него возложена.

- 5. Сделайте подборку образцов реклам, в которых используются приемы повышения экономической эффективности, и определите, где их использование действительно способствует увеличению эффективности рекламы, а где наоборот.
- 6. Определите формулу цвета, формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.



7. Сделайте подборку рекламных обращений различных форматов одного рекламодателя и проанализируйте как используются элементы фирменного стиля на различных носителях.
8. Сделайте подборку рекламных обращений различных форматов одного рекламодателя и проанализируйте как используются элементы фирменного стиля на различных носителях.

ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью

Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.

Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.

Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR-проекта.

Показатель оценивания: понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Теория рекламы — это:**
 - А. Система фундаментальных знаний, которая позволяет понимать, объяснять, анализировать и прогнозировать различные аспекты рекламной сферы.
 - Б. Это заключенные в средства рекламы наиболее важные потребительские выгоды (атрибуты), представляющие образ товара в виде рекламного продукта и придающие добавочную ценность или выгоду от его приобретения.
 - В. Форма его позиционирования, представленную совокупностью уникальных достоинств товара (атрибутов), с точки зрения выгод потребителя и в соответствии со стратегией маркетинга рекламодателя.
 - Г. Практический результат реализации креативной, технологической или организационно-управленческой компоненты рекламной деятельности, используемый для удовле-

творения частных, групповых и общественных потребностей в рекламе.

2. В российской научной литературе выделено четыре основных вида рекламных обращений:

- А. Информационная реклама — это доведение до потребителей данных о производителе, товаре (услуге) и его качестве, способах приобретения товара или получение дополнительной информации.
- Б. Увещательная реклама — связана с маркетинговой деятельностью расширения ниши рынка, или формирования нового сегмента сбыта. Реклама доказывает преимущества условий и качества продукции (услуги).
- В. Напоминающая реклама — создает эффект постоянного присутствия на рынке, способствует узнаваемости фирмы или товара, обеспечивает их известность. Цель напоминающей рекламы — сбыт продукции в устойчивой фазе цикла производства или в период его затухания.
- Г. Имиджевая реклама — призвана утвердить образ фирмы или товаров в представлении реальных или потенциальных потребителей и целевой аудитории. Имиджевая реклама решает долговременные и комплексные задачи по формированию положительного отношения потребителя к производителю товаров или услуг. Сбытовая реклама нацелена на скорейшую реакцию потребителя на основе его информирования о неких выгодных предложениях относительно товара (услуги).

3. Рекламная концепция – это:

- А. Основной посыл к потребителю, идея, которая красочно и со всех сторон презентует компанию или бренд;
- Б. Технологические разновидности рекламного продукта;
- В. Организационно-управленческие элементы рекламного продукта;
- Г. Собственно рекламные услуги.

4. Рекламное обращение представляет собой:

- А. Интеграцию творческого рекламного текста с использованием художественного оформления, главная характеристика которого — способность продавать.
- Б. Элемент рекламной коммуникации, являющийся непосредственным носителем информационного и эмоционального воздействия, оказываемого коммуникатором на получателя.
- В. Центральный элемент процесса рекламного воздействия на получателя, представляющий главный смысл послания коммуникатора его целевой аудитории.
- Г. Идея коммуникации и используемые коды послания, которые могут способствовать восприятию данной идеи.

5. Проанализируйте имена брендов. Какую информацию уже содержат сами названия?

- Империя меха «Эксклюзив—М».
- Молочная продукция «Веселый молочник».
- Пельмени «Сам Самыч».

6. Проанализируйте имена брендов. Какую информацию уже содержат сами названия?

- Шоколад «Воздушный».
- Кофейня «Кофе-1п».
- Косметика «Маленькая фея».

7. Проанализируйте имена брендов. Какую информацию уже содержат сами названия?

- Зубная паста «32 норма».
 - Журнал «Элитная недвижимость».
-

- Витамины «Мультитабс».
- 8. Подберите по три примера слоганов, где отражаются следующие миссии брендов:
 - здоровье (польза, избавление от проблем, гигиена и т.п.);
 - самореализация (я-концепция, творчество, карьера, социальное положение и т.п.);
 - красота, любовь, забота;
 - жизненное пространство.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **POS-материалы:**
 - А. Панель-кронштейн (panel corbel).
 - Б. Штендер (pillar).
 - В. Таблички (tablets).
 - Г. Продакт Кардс (product cards).
2. **Стиль рекламы — это:**
 - А. Способ отбора определенного языкового средства из нескольких возможных и принцип соединения различных средств друг с другом.
 - Б. Конструкции, состоящие из двух органических стекол, специальной просвечивающей фотоплёнки с изображением и специальной скрытой световой подсветкой из светодиодов, основанной на технологии торцевой подсветки и специальной светопроводящей матрицы, отражающей свет за счет эффекта преломления направленного источника света.
 - В. Оборот речи, в котором слово или выражение употреблены в переносном значении.
 - Г. Слова, определяющие предмет или устройство, подчеркивающие в них какое-либо характерное свойство или качество.
3. **Троп — это:**
 - А. Оборот речи, в котором слово или выражение употреблены в переносном значении.
 - Б. Способ отбора определенного языкового средства из нескольких возможных и принцип соединения различных средств друг с другом.
 - В. Слова, определяющие предмет или устройство, подчеркивающие в них какое-либо характерное свойство или качество.
 - Г. Сопоставление двух явлений, с тем чтобы пояснить одно из них с помощью другого.
4. **Фигуры речи в рекламе — это:**
 - А. Отступление от нейтрального способа изложения с целью эмоционального и эстетического воздействия.
 - Б. Способ отбора определенного языкового средства из нескольких возможных и принцип соединения различных средств друг с другом.
 - В. Слова, определяющие предмет или устройство, подчеркивающие в них какое-либо характерное свойство или качество.
 - Г. Сопоставление двух явлений, с тем чтобы пояснить одно из них с помощью другого.
5. Подберите по три примера слоганов, где отражаются следующие миссии брендов:
 - радость жизни, общение;
 - безопасность, надежность, свобода;
 - интересы различных групп (национальные, религиозные, профессиональные и т.п.);
 - общечеловеческие духовные идеалы (экология, культура, наука, защита прав чело-

- века и т.п.).
6. Определите тип ОРТ по цели, способу изложения и стилю. Почему авторы выбрали именно такие стратегии подачи рекламной информации?
«Приятно в осенний день оказаться вдалеке от шумного города, насладиться тишиной, побродить среди пестрых деревьев, вернуться в уютный дом, где тебя ждут; выпив теплого деревенского молока, завернуться в мягкую вязаную шаль и, ощутив тихое домашнее счастье, помечтать, сидя у окна. С каждым глотком все теплее, а на душе легко и светло. Хорошо иметь домик в деревне!»
 7. Определите тип ОРТ по цели, способу изложения и стилю. Почему авторы выбрали именно такие стратегии подачи рекламной информации?
«Renault «Vel Satis». Гордость Франции. Что нам известно о Франции? Собор Парижской Богоматери, вино, духи, Эйфелева башня, Луи де Фюнес и, конечно же, знаменитый автомобиль «Рено». Теперь новая модель Renault «Vel Satis». Этот темпераментный красавец уже стал любимцем во всем мире. Да и за что его не любить? Два дизельных двигателя, бензиновый мотор с переменными фазами газораспределения. Механизм очень компактен и потому не отнимает внутреннего пространства у кузова. Это лишь один из секретов просторнейшего интерьера — крупный автомобиль обладает потрясающе огромным салоном, отделанным тончайшей кожей и натуральным деревом, что создает атмосферу уютной роскоши. Renault «Vel Satis» стал лидером по продажам во всем мире и уже доставил удовольствие многим. Renault «Vel Satis» — Гордость Франции».
 8. Определите тип ОРТ по цели, способу изложения и стилю. Почему авторы выбрали именно такие стратегии подачи рекламной информации?
«Соберите 10 этикеток шоколада «Воздушный» и получите компакт-диск с новогодней музыкой! Спешите! Дисков всего 100 тысяч! Найдите в «Воздушном» золотой билет, и Вы окажетесь в чудесной Лапландии. Санта ждет в гости три семьи».

ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.
Показатель оценивания: разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Рекламное интервью — это:**
 - А. Беседа в форме диалога между рекламистом и интервьюируемым лицом.
 - Б. Развернутое, детализированное представление о конкретном событии, его ходе.
 - В. История рекламного события через непосредственное восприятие автора, воссоздающего картину происходящего.
 - Г. Комплексное исследование рекламируемого объекта, отличающееся глубоким анализом и широтой обобщений.
2. **Работающему в области рекламы фотографу необходимо владеть различными видами съемки:**
 - А. Технической,
 - Б. Комбинированной,
 - В. Репродукционной,

Г. Макроскопической.

3. Натюрморт в рекламной фотографии - это:

- А. Изображение неодушевленных предметов в единой композиционной группе.
- Б. Явление обращения фотографического изображения (превращения негативного изображения в позитивное), возникающему при обработке передержанного негатива.
- В. История рекламного события через непосредственное восприятие автора, воссоздающего картину происходящего.
- Г. Комплексное исследование рекламируемого объекта, отличающееся глубоким анализом и широтой обобщений.

4. Интерьерная реклама – это:

- А. Рекламные конструкции и POS материалы, которые используются внутри помещений (indor).
- Б. Представляет собой некий запрос, созданный на основе коммуникативной стратегии, и пишется для сотрудников творческого отдела.
- В. Техническое задание для медиапланирования.
- Г. Включает цели и задачи рекламной кампании, описание аудитории, самого бренда или услуг, а также конкурентной среды.

5. Определите тип ОРТ по цели, способу изложения и стилю. Почему авторы выбрали именно такие стратегии подачи рекламной информации?

«Крем для рук Neutrogena. Великолепно защищает руки от разрушительного воздействия холода, повышенной влажности и ветра. Клинические исследования подтвердили: этот крем обеспечивает увлажнение и защиту кожи в течение 17 часов! Благодаря концентрированной формуле с высоким содержанием глицерина небольшого количества крема достаточно, чтобы кожа рук стала заметно мягче уже после первого применения. Одна упаковка рассчитана более чем на 200 применений».

6. Найдите в текстах речевые фигуры и тропы.

- Ароматы красноречивы. В легком облаке духов — правда о сущности женщины, ее настроении, ее чувственности и ее мечтах. Ведь парфюмеры продают не композиции, они продают мечты, наши мечты о самих себе. О чем же могут поведать парфюмерные произведения под грифом The Different Company? Кто та женщина, что благоухает одним из трех драгоценных ароматов: Rose Poivre, Osmanthus Bois или D'iris?
- Ресторан «Золотой Остап». Вкус к жизни — вот что отличало великого комбинатора. Вкус во всем — вот что отличает нас. Точно выдержанный стиль времен нэпа. Изысканная кухня, уникальная атмосфера. Обыденности вход воспрещен! Заседание продолжается!
- Крем для обуви Erdal. Бережная забота. Надежная защита. Erdal. Просто блеск!

7. Найдите в текстах речевые фигуры и тропы.

- Есть ли выход? Да! «Колдрекс» поможет Вам победить симптомы болезни, не вызывая сонливости. Просто примите таблетку и уверенно продолжайте свой день. «Колдрекс»: наш ответ простуде и гриппу.
- Nescafe. Сезон золотой мечты.
- «Леккер». Просто, как все гениальное.

8. Найдите в текстах речевые фигуры и тропы.

- Samsung. Управление проще, результат лучше!
- Сигареты Kent lights. Легкость можно выбирать.
- Roma Vomo. Прикосновение к вечности.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Основными критериями маркетинговой оценки архитектурных объектов являются:**
 - А. Престиж – чувство значимости архитектурного объекта;
 - Б. Уникальность – исключительность архитектурного объекта, существенные отличия его облика от других архитектурных форм, композиций;
 - В. Удобное и престижное местоположение архитектурного объекта;
 - Г. Прочитаемость архитектурного объекта, признание его своим, близким.

 - 2. Родиной телевизионной рекламы считается:**
 - А. СССР.
 - Б. США.
 - В. Франция.
 - Г. Англия.

 - 3. Телевизионная реклама - это:**
 - А. Платное, однонаправленное и неличное обращение, проводимое на телевидении в пользу товара, марки, фирмы.
 - Б. Краткая письменная форма документа согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в котором прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта; техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании.
 - В. Техническое задание для медиапланирования.
 - Г. Включает цели и задачи рекламной кампании, описание аудитории, самого бренда или услуг, а также конкурентной среды.

 - 4. Бегущая строка - это:**
 - А. Телеобъявление в виде двух-трех предложений, транслируемое с помощью наложения текста на кадр.
 - Б. Динамичный набор картинок, сопровождаемый музыкой. Заставка может состоять из одного статичного изображения или нескольких, может содержать в себе элементы анимации, имеет звуковое сопровождение.
 - В. Рекламное обращение, где ведущим знаковым средством является видеоряд.
 - Г. Платное, однонаправленное и неличное обращение, проводимое на телевидении в пользу товара, марки, фирмы.

 - 5. Найдите в текстах речевые фигуры и тропы.**
 - Взгляд на деталь.
Взгляд на цвет.
Взгляд на красоту.
Новый Nokia 7250.
Телефон со встроенной фотокамерой.
Взгляд на общение.
Взгляд на момент.
 - Она из тех женщин, вслед которым оборачиваются все мужчины. Я подумал, что ей нужен камень, достойный ее.
-

Любой бриллиант высокого качества — настоящее чудо природы. Каждый такой камень — отражение Вашей индивидуальности и успеха. Огранка, цвет, прозрачность и вес в каратах — эти четыре важных качества определяют уникальность и ценность бриллианта и, в большей степени, красоту и ценность Ваших украшений вне зависимости от дизайна. Приподнесите ей такой бриллиант. Редкий и бесценный дар. Как и женщина, которую Вы любите.

«Де Бирс». Бриллиант — вечный дар любви.

- Красота не требует жертв (колготки Filodoro).
6. Найдите в текстах речевые фигуры и тропы.
- «Рафаэло». Вместо тысячи слов.
 - Тушь Maxfactor. Таким взглядом можно убить!
 - AVON. Поговорим о том, как сделать взгляд нежным или страстным, невинным или экстравагантным... Тушь Lash Designer Mascara удлиняет, придает объем и моделирует ресницы каждым взмахом уникальной щеточки.
7. Составьте бриф для следующих товаров и компаний:
- пива «Три богатыря»;
 - помады «Lumene».
8. Составьте бриф для следующих товаров и компаний:
- фирмы, выпускающей спецодежду (предложите название фирмы и слоган).
 - элитного китайского зеленого чая с жасмином в пакетиках.

ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Показатель оценивания: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. По содержанию и форме подачи материала рекламного ролика выделяют:**
 - А. Рекламный спот.
 - Б. Анонс.
 - В. Блиц-ролик.
 - Г. Развернутый ролик.
- 2. Рекламный видеофильм - это:**
 - А. Рекламное произведение «крупного» формата, детально и подробно представляющие предмет рекламирования, аналогичен развернутому рекламному объявлению, но более продолжителен по времени.
 - Б. Телеобъявление в виде двух-трех предложений, транслируемое с помощью наложения текста на кадр.
 - В. Динамичный набор картинок, сопровождаемый музыкой. Заставка может состоять из одного статичного изображения или нескольких, может содержать в себе элементы анимации, имеет звуковое сопровождение.
 - Г. Рекламное обращение, где ведущим знаковым средством является видеоряд.
- 3. Рекламный сюжет - это:**
 - А. Форма телевизионной рекламы, длительность которой составляет от 1 до 3-5 минут.

- Б. Телеобъявление в виде двух-трех предложений, транслируемое с помощью наложения текста на кадр.
- В. Динамичный набор картинок, сопровождаемый музыкой. Заставка может состоять из одного статичного изображения или нескольких, может содержать в себе элементы анимации, имеет звуковое сопровождение.
- Г. Рекламное обращение, где ведущим знаковым средством является видеоряд.
- 4. Несколько ярких примеров работы креативных директоров крупных рекламных агентств России:**
- А. Андрей Амлинский (РА В В DO Moscow) автор слоганов «Есть идея — есть Икея!» (магазины «Икея»), «Не тормози — сникерсни» (шоколад «Сникерс»).
- Б. Александр Бренер (РА Lowe Adventa), автор знаменитых фраз «А кто идет за Клиньским?» (пиво «Клиньское») и «Ты где был? Пиво пил!» (пиво «Толстяк»),
- В. Сергей Коптев (РА «Родная речь»), автор рекламных слоганов «Ваша киска купила бы Вискас» (корм для кошек «Вискас») и «Сделай паузу — скушай Твикс» (шоколад «Твикс»).
- Г. Владимир Перепелкин (РА «РАВИ») является автором слоганов «А тебе, лысый, я телефон не скажу» (клиника «РТХ»), «Пиво Патра — пиво с пробкой» (пиво «Патра»), «Заплати налоги и спи спокойно» (реклама Налоговой полиции).
5. Составьте бриф для следующих товаров и компаний:
- фирмы «Лилия», торгующей дешевым женским бельем;
 - автомобильной мастерской (предложите название фирмы и слоган).
6. Фирма изготавливает кроссовки, которые собирается назвать «Победа». Выпускаются три разновидности: детские, женские, мужские. Предложите свое название для кроссовок каждой разновидности. Придумайте слоган для всей серии.
7. Фирма выпускает сливочное мороженое с орехами «Подснежник». Планируется выпуск «Подснежника» со следующими добавками: шоколадом, джемом, вафельной крошкой. Назовите каждый вид мороженого, сохраняя связь с «Подснежником», и придумайте слоган, общий для всех «Подснежников».
8. Магазин торгует посудой и сувенирами русских народных промыслов. В нем есть четыре отдела, которые торгуют: первый — хохломой, второй — гжелью, третий — берестяными изделиями, четвертый — дымковскими игрушками. Дайте название магазину, каждому отделу и придумайте общий слоган.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Интершум в рекламе - это:**
- А. Естественный звуковой фон.
- Б. Студийный звуковой фон.
- В. Голос за кадром.
- Г. Наложение звука.
- 2. Рекламная сеть – это:**
- А. Система, позволяющая управлять размещением рекламных материалов на определенных рекламных местах.
- Б. Визуальный образ, но бывают и звуковые, и обонятельные.
- В. Основной тип рекламы в сети, представляет собой прямоугольное графическое изображение в формате gif или jpg.
- Г. Явление восприятия, когда при раздражении одного органа чувств наряду с характер-

ными для него ощущениями возникают ощущения, присущие другому органу чувств.

3. Рекламный сайт – это:

- А. Объединенная под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) совокупность документов частного лица или организации.
- Б. Визуальный образ, но бывают и звуковые, и обонятельные.
- В. Основной тип рекламы в сети, представляет собой прямоугольное графическое изображение в формате gif или jpg.
- Г. Явление восприятия, когда при раздражении одного органа чувств наряду с характерными для него ощущениями возникают ощущения, присущие другому органу чувств.

4. Байрик (вставка) – это:

- А. Минимизированная WEB-страничка, раскрывающаяся в виде окошка поверх основного браузера.
- Б. Объединенная под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) совокупность документов частного лица или организации.
- В. Основной тип рекламы в сети, представляет собой прямоугольное графическое изображение в формате gif или jpg.
- Г. Прямая почтовая рассылка, которая позволяет быстро и недорого обратить внимание потенциального клиента на компанию (её продукт или услугу).

- 5. **Популярный** магазин необычных сувениров называется «Экзо-тик-с». Создается сеть магазинов, в которую войдут, кроме сувенирного, еще магазин экзотической одежды и магазин экзотических продуктов. Придумайте название для этих магазинов, сохранив связь с «Экзо-тик-с». Составьте слоган для сети.
- 6. В цирке есть два уникальных номера: дрессированные носороги и жирафы и женщина-паук. Дайте название цирку и этим экзотическим номерам.
- 7. В меню экспресс-кафе горячие бутерброды, картофель фри, молочные коктейли, газированная вода и т.п. Посетители в основном студенты. Придумайте название кафе, слоган и название фирменного блюда — куриный шашлык с картошкой фри со сметанным соусом.
- 8. В городском парке открываются аттракционы луна-парк. Особенность в том, что все аттракционы оформлены в виде цветов. Придумайте общее название для всех аттракционов и три слогана: обыгрывающий название, отражающий УТП и целевую аудиторию, абстрактный, но яркий.

Вопросы к зачету

- 1. Понятие рекламного и PR-продукта. Современные подходы.
- 2. Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса.
- 3. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.
- 4. Копирайтинг.
- 5. Выбор стиля и структуры рекламного текста.
- 6. Традиционная структура рекламного текста.
- 7. Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера.
- 8. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы.
- 9. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.
- 10. Понятие фоторекламы. Образ и жанр фоторекламы.
- 11. Жанры фотографии.

12. Фотографический процесс.
13. Типы рекламных сетей. Тематические сайты.
14. Особенности размещения рекламы на ресурсах данного типа.
15. Поисковые системы в рекламе.
16. Типы и особенности рекламных площадок.
17. Сравнительная эффективность и критерии выбора. Выбор способа размещения Интернет-рекламы: прямое размещение рекламы; обмен ссылками; партнерские программы.
18. Размеры и расположение рекламных носителей.
19. Рекламные носители: баннеры; rich-media баннеры (Flash, Java, Html, Cgi); текстовые блоки; байрики; рекламные вставки; мини-сайты; коллажи.
20. Виды интернет технологий в рекламе.
21. Магазин торгует посудой и сувенирами русских народных промыслов. В нем есть
Определение интернет-технологий и история их возникновения.
22. Рекламный ролик на телевидении: структура и правила создания.
23. Виды телевизионной рекламы.
24. Функции рекламного ролика.
25. Преимущества и недостатки рекламного ролика разных видов.
26. Характеристика рекламного ролика. Виды рекламных роликов.
27. История первых рекламных роликов. Понятие рекламного ролика.
28. Архитектура в рекламе.
29. Интерьер. Интерьерная реклама.
30. Цифровая фотография.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке ис-

пользуется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.



ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Корпоративный PR»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.
Показатель оценивания: способность прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.
Показатель оценивания: оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
Показатель оценивания: проведение мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
Показатель оценивания: понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;

Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.
Показатель оценивания: реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов
Показатель оценивания: применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR- проекта.
Показатель оценивания: понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.
Показатель оценивания: разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Показатель оценивания: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Шкала оценивания – зачтено с оценкой, не зачтено

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблю-

даются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.
Показатель оценивания: способность прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- Связи с общественностью регулируют отношения между:**
 - государством и СМИ
 - компанией и её клиентами
 - общественностью и некоммерческими организациями
 - все ответы верны
- Как называется процесс планирования и реализации коммуникационных стратегий для достижения целей связи с общественностью?**
 - маркетинговые исследования
 - продвижение товаров и услуг
 - PR-кампания
 - рекламная стратегия
- Что такое целевая аудитория в связи с общественностью?**
 - все пользователи интернета
 - все клиенты компании

- В. определенная группа людей, которая является приоритетной для взаимодействия
- Г. все сотрудники компании

4. Что такое корпоративная репутация?

- А. финансовое состояние компании
- Б. мнение общества о компании
- В. цены на товары и услуги компании
- Г. уровень удовлетворенности сотрудников компании

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) крупного трубопрокатного завода, являющегося при этом градообразующим предприятием в одном из регионов России;

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какое значение имеет коммуникация в связи с общественностью?

- А. установление долгосрочных отношений с клиентами
- Б. управление репутацией компании
- В. повышение узнаваемости бренда
- Г. все перечисленные варианты

2. Что такое медиа-мониторинг?

- А. оценка эффективности рекламных кампаний
- Б. анализ сообщений в СМИ о компании
- В. исследование предпочтений потребителей
- Г. сбор информации о конкурентах

3. Какая роль отводится связи с общественностью в организации?

- А. непосредственное руководство организацией
- Б. коммуникация с клиентами и партнерами
- В. контроль финансовых показателей
- Г. реализация маркетинговых стратегий

4. Какой инструмент PR-коммуникации используется для распространения пресс-релизов?

- А. телевидение
- Б. радио
- В. интернет
- Г. печатные издания

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) белорусской компании — производителя молочных продуктов;

ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
--

Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
--

Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
--

Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.

Показатель оценивания: оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Какое понятие описывает образ организации, формируемый в сознании общественности?**
 - А. PR-кампания
 - Б. корпоративная культура
 - В. бренд
 - Г. имидж
2. **Что такое стейкхолдеры в контексте связей с общественностью?**
 - А. потенциальные клиенты организации
 - Б. коллеги и партнеры
 - В. государственные органы
 - Г. все заинтересованные стороны, влияющие на деятельность организации
3. **Какая из следующих стратегий PR-коммуникации используется для формирования положительного образа организации?**
 - А. кризисный PR
 - Б. коммуникационная стратегия
 - В. развлекательный PR
 - Г. лоббирование
4. **Что такое медийный тренинг?**
 - А. мероприятие для журналистов и PR-специалистов
 - Б. тренировка для развития коммуникационных навыков
 - В. обучение специалистов по связям с общественностью
 - Г. исследование медиа-рынка
5. **Ситуационное задание (практическая задача)**
Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:
 - 1) европейского банка, имеющего отделение в Москве и специализирующегося на работе с физическими лицами;

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Укажите первоочередные направления связей с общественностью, которые необходимо реализовать в маркетинге:**
 - А. формирование общественного мнения;
 - Б. установление эффективных коммуникаций с представителями различных деловых кругов общественности, государственных органов власти, финансовых институтов;
 - В. разработка эффективных механизмов взаимодействия с институтами СМИ — прессой, радио, телевидением;
 - Г. арендные отношения
2. **Для потребителей электронный бизнес несет определенные выгоды. Выберите**

из следующих:

- А. круглосуточное обслуживание в любое удобное для потребителя время без перерывов и выходных;
- Б. расширение выбора товаров, поставщиков, цены, качества и других параметров;
- В. возможность работать дома, совершать покупки из дома может снизить транспортные потоки и связанные с ними проблемы;
- Г. возможность получения подробной и своевременной информации;
- Д. возможность сравнения предложений и обмена информацией с другими потребителями.

3. Характер использования компанией времени, а также материальные, финансовые, информационные, человеческие и прочих ресурсов называется:

- А. стилем поведения компании
- Б. образом жизни компании
- В. деловой репутацией
- Г. бизнес-имиджем

4. Состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельное действие эффективно ограничивает возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке, — это:

- А. менеджмент
- Б. маркетинг
- В. соревнование
- Г. конкуренция

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) косметического салона в российском районном центре с населением 150 тыс. человек;

ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
Показатель оценивания: проведение мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Совокупность устойчивых психологических черт потребителей, оказывающих влияние на их поведение, называется:

- А. ценностными ориентациями
- Б. стилем жизни
- В. характером потребителей
- Г. образом жизни потребителей

2. К показателям высокой репутации компании не относятся:

- А. обладание четко распознаваемым имиджем
 - Б. беспощадное вытеснение конкурентов
 - В. успех в освоении зарубежного рынка
 - Г. наличие квалифицированного руководства
 - Д. умение быть лидером в своей отрасли
- 3. Знаки, информирующие потребителя об основных правилах применения и использования товаров, называются знаками**
- А. эксплуатационными
 - Б. информационными
 - В. экологическими
 - Г. соответствия
- 4. К элементам миссии организации не относится:**
- А. клиенты организации
 - Б. ценности организации
 - В. цели организации
 - Г. виды продукции
 - Д. стремление к достижению высокой прибыли
- 5. Ситуационное задание (практическая задача)**
Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:
- 1) зарубежной компании, производящей биологически активные добавки, поставляемые на российский рынок;

Вариант 2.

- Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:**
- 1. Последний этап развития конфликта в организации, когда нормальное функционирование уже невозможно, поскольку обе стороны находятся в ожидании агрессивных действий с другой стороны, называется:**
- А. дискомфортом
 - Б. кризисом
 - В. напряжением
 - Г. инцидентом
- 2. Спонсор, который обеспечивает 25% стоимости проекта, называется:**
- А. генеральным спонсором
 - Б. главным спонсором
 - В. официальным спонсором
 - Г. спонсором-участником
- 3. Позиционный торг является наиболее приемлемым способом ведения переговоров в том случае, когда речь идет о:**
- А. согласовании позиций
 - Б. согласовании интересов
 - В. разделе поровну ограниченных ресурсов
 - Г. достижении компромисса
- 4. Сформулированная миссия утверждается:**
-

- А. вице-президентом компании
- Б. руководителем службы PR
- В. советом директоров
- Г. руководителем маркетингового отдела

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) PR-агентства, входящего в десятку лучших агентств России;

ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами
Показатель оценивания: понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Позитивная известность организации, а также неконтролируемый, неоплачиваемый метод размещения сообщений в СМИ называется:**
 - А. корпоративной миссией
 - Б. позитивным имиджем
 - В. видением
 - Г. паблисити
2. **Оперативный брифинг рекомендуется проводить в течение:**
 - А. менее 30 минут
 - Б. 30-60 минут
 - В. 40 минут
 - Г. 1 часа и более
3. **Некоторые специалисты по связям с общественностью подчеркивают, что завоевать симпатии СМИ организация может следующим путем**
 - А. предоставляя им абсолютно достоверные данные
 - Б. инициируя сенсационные слухи
 - В. оплачивая работу «своих» журналистов
 - Г. часто устраивая презентации
4. **Единичное столкновение в коллективе, которое не воспринимается как типичное и поэтому на него не вырабатывается типичная реакция, называется:**
 - А. кризисом
 - Б. дискомфортом
 - В. инцидентом
 - Г. стычкой

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) сетевого кафе в Москве, позиционирующего себя как предприятие «натуральной

и здоровой еды».

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Проведение «дня открытых дверей» требует:
 - А. участия службы безопасности
 - Б. привлечения внешних аудиторов
 - В. участия политических комментаторов
 - Г. подготовки сопровождающих для гостей
2. Основное правило кризисной коммуникации звучит так
 - А. «Скажи все и скажи быстро»
 - Б. «Давайте подождем»
 - В. «Соблюдайте правила безопасности»
 - Г. «Ни слова о плохих новостях»
3. Из перечисленного, команда управления кризисом может включать в себя:
 - А. руководители функциональных систем
 - Б. пиэrmены
 - В. журналисты СМИ
 - Г. представители местной общественности
4. Учитывая необходимость кризисного менеджмента, многие американские компании создали должность
 - А. управляющего проблемами
 - Б. кризисного аудитора
 - В. ответственного за связи со СМИ
 - Г. главного контролера

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) сетевого магазина в Москве, позиционирующего себя как предприятие «для пенсионеров».

ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.
Показатель оценивания: реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В японской компании, как правило, существует _____ система отношений.
 - А. горизонтальная
 - Б. неопределенная

- В. вертикальная
- Г. смешанная

2. Построение внутриорганизационных коммуникаций определяется:

- А. наличием и ценой эфирного времени в СМИ данного региона
- Б. личными качествами руководства организации
- В. типом организации
- Г. состоянием экономической ситуации

3. Из перечисленного, к числу препятствий, возникающих в отношениях между организацией и консалтинговой PR-фирмой, относятся:

- А. высокая стоимость услуг
- Б. недоверие топ-менеджмента
- В. внутреннее сопротивление новым идеям
- Г. низкая квалификация консультанта
- Д. языковой барьер

4. Термин «мягкое лоббирование» означает:

- А. мягкий нажим на законодателей со стороны заинтересованных лиц
- Б. проведение ограниченной кампании в СМИ
- В. предварительное знакомство парламентария с представителями отрасли крупного бизнеса
- Г. информирование парламентариев о международной практике законотворчества

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) крупного машиностроительного завода, являющегося при этом градообразующим предприятием в одном из регионов России;

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Сбор информации путем непосредственного восприятия социального явления в его естественной среде — это:

- А. наблюдение
- Б. эксперимент
- В. социологическое исследование
- Г. маркетинговое исследование

2. Имидж, аудиторию которого составляют граждане, не входящие в число сотрудников, называется:

- А. внешним
- Б. внутренним
- В. параллельным
- Г. зеркальным

3. Противопоставление уже имеющейся у общественности информации и информации от другого, и вместе с тем, авторитетного источника приводит к:

- А. информационному несоответствию
- Б. когнитивному диссонансу
- В. дистрессу

Г. фрустрации

4. Более или менее определенная группа людей, объединенных некими общими признаками, на которую ориентирована PR-коммуникация, — это:

- А. аудитория
- Б. общественность
- В. политическая элита
- Г. референтная группа

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) крупного стекольного завода, являющегося при этом градообразующим предприятием в одном из регионов России;

ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов
Показатель оценивания: применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основой как телевизионного ролика, так и кинорекламы является:

- А. Сценарий.
- Б. Заголовок.
- В. Звуковые эффекты.
- Г. Подбор цветовой гаммы.

2. Директ мейл – это:

- А. Прямая почтовая рассылка, которая позволяет быстро и недорого обратить внимание потенциального клиента на компанию (её продукт или услугу).
- Б. Каталоги и буклеты.
- В. Сувенирная продукция.
- Г. Книги и журналы, а также аудио и видео материалы.

3. Основные формы печатной рекламной полиграфии:

- А. Плакат;
- Б. Афиша;
- В. Листовка;
- Г. Видеоролик.

4. Способ печати - это:

- А. Полиграфический процесс тиражирования издания.
- Б. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.

- В. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
- Г. Одна из разновидностей высокой печати, где используются резиновые или фотополимерные печатные формы, с которых низковязкая краска оттискивается непосредственно на запечатываемую поверхность.

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) казахской компании — производителя мясных продуктов;

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Способ печати - это:**
 - А. Полиграфический процесс тиражирования издания.
 - Б. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
 - В. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
 - Г. Одна из разновидностей высокой печати, где используются резиновые или фотополимерные печатные формы, с которых низковязкая краска оттискивается непосредственно на запечатываемую поверхность.
 - 2. Запечатываемый материал - это:**
 - А. Базисный материал для печатания, как правило - это бумага, картон или пластмасса.
 - Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
 - В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
 - Г. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
 - 3. Послепечатная технология - это:**
 - А. Сочетание брошюровочно-переплетных и отделочных технологий.
 - Б. Полиграфический процесс тиражирования издания.
 - В. Одна из разновидностей трафаретной печати и используется, как правило, для оперативного выпуска небольших тиражей, преимущественно черно-белой продукции.
 - Д. Печатный процесс, в котором используются компьютерные электронные файлы для вывода на печать издания.
 - 4. К проблемам оценки эффективности затрат на рекламу относятся:**
 - А. Оценка коммуникативной эффективности рекламной кампании, то есть как числитель дроби рассматривается количество рекламных контактов, достигнутых в итоге каких-либо мероприятий;
 - Б. Анализ коммерческой или финансовой эффективности — как отношение прироста объёма продаж (прибыли, товарооборота) к расходам, которые были для этого сделаны на рекламу;
 - В. Анализ политической составляющей рекламы;
 - Г. Анализ качества материала, содержащегося в рекламе, то есть оценка того, насколько эффективно содержание и форма рекламного обращения позволяют данному обращению выполнять функцию, которая изначально была на него возложена.
-

5. Ситуационное задание (практическая задача)**Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:**

- 1) китайского банка, имеющего отделение в Москве и специализирующегося на работе с физическими лицами;

ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR-проекта.
Показатель оценивания: понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Теория рекламы — это:**
 - А. Система фундаментальных знаний, которая позволяет понимать, объяснять, анализировать и прогнозировать различные аспекты рекламной сферы.
 - Б. Это заключенные в средства рекламы наиболее важные потребительские выгоды (атрибуты), представляющие образ товара в виде рекламного продукта и придающие добавочную ценность или выгоду от его приобретения.
 - В. Форма его позиционирования, представленную совокупностью уникальных достоинств товара (атрибутов), с точки зрения выгод потребителя и в соответствии со стратегией маркетинга рекламодателя.
 - Г. Практический результат реализации креативной, технологической или организационно-управленческой компоненты рекламной деятельности, используемый для удовлетворения частных, групповых и общественных потребностей в рекламе.
- 2. В российской научной литературе выделено четыре основных вида рекламных обращений:**
 - А. Информационная реклама — это доведение до потребителей данных о производителе, товаре (услуге) и его качестве, способах приобретения товара или получение дополнительной информации.
 - Б. Увещательная реклама — связана с маркетинговой деятельностью расширения ниши рынка, или формирования нового сегмента сбыта. Реклама доказывает преимущества условий и качества продукции (услуги).
 - В. Напоминающая реклама — создает эффект постоянного присутствия на рынке, способствует узнаваемости фирмы или товара, обеспечивает их известность. Цель напоминающей рекламы — сбыт продукции в устойчивой фазе цикла производства или в период его затухания.
 - Г. Имиджевая реклама — призвана утвердить образ фирмы или товаров в представлении реальных или потенциальных потребителей и целевой аудитории. Имиджевая реклама решает долговременные и комплексные задачи по формированию положительного отношения потребителя к производителю товаров или услуг. Сбытовая реклама нацелена на скорейшую реакцию потребителя на основе его информирования о неких выгодных предложениях относительно товара (услуги).

3. Рекламная концепция – это:

- А. Основной посыл к потребителю, идея, которая красочно и со всех сторон презентует компанию или бренд;
- Б. Технологические разновидности рекламного продукта;
- В. Организационно-управленческие элементы рекламного продукта;
- Г. Собственно рекламные услуги.

4. Рекламное обращение представляет собой:

- А. Интеграцию творческого рекламного текста с использованием художественного оформления, главная характеристика которого — способность продавать.
- Б. Элемент рекламной коммуникации, являющийся непосредственным носителем информационного и эмоционального воздействия, оказываемого коммуникатором на получателя.
- В. Центральный элемент процесса рекламного воздействия на получателя, представляющий главный смысл послания коммуникатора его целевой аудитории.
- Г. Идея коммуникации и используемые коды послания, которые могут способствовать восприятию данной идеи.

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) ювелирного салона в российском районном центре с населением 200 тыс. человек;

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. POS-материалы:

- А. Панель-кронштейн (panel corbel).
- Б. Штендер (pillar).
- В. Таблички (tablets).
- Г. Продакт Кардс (product cards).

2. Стил ь рекламы — это:

- А. Способ отбора определенного языкового средства из нескольких возможных и принцип соединения различных средств друг с другом.
- Б. Конструкции, состоящие из двух органических стекол, специальной просвечивающей фотоплёнки с изображением и специальной скрытой световой подсветкой из светодиодов, основанной на технологии торцевой подсветки и специальной светопроводящей матрицы, отражающей свет за счет эффекта преломления направленного источника света.
- В. Оборот речи, в котором слово или выражение употреблены в переносном значении.
- Г. Слова, определяющие предмет или устройство, подчеркивающие в них какое-либо характерное свойство или качество.

3. Троп — это:

- А. Оборот речи, в котором слово или выражение употреблены в переносном значении.
 - Б. Способ отбора определенного языкового средства из нескольких возможных и принцип соединения различных средств друг с другом.
 - В. Слова, определяющие предмет или устройство, подчеркивающие в них какое-либо характерное свойство или качество.
 - Г. Сопоставление двух явлений, с тем чтобы пояснить одно из них с помощью другого.
-

4. Фигуры речи в рекламе — это:

- А. Отступление от нейтрального способа изложения с целью эмоционального и эстетического воздействия.
- Б. Способ отбора определенного языкового средства из нескольких возможных и принцип соединения различных средств друг с другом.
- В. Слова, определяющие предмет или устройство, подчеркивающие в них какое-либо характерное свойство или качество.
- Г. Сопоставление двух явлений, с тем чтобы пояснить одно из них с помощью другого.

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) зарубежной компании, производящей лекарства, поставляемые на российский рынок;

ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.
Показатель оценивания: разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какие утверждения НЕ относятся к понятию «обратная связь» во внутренних коммуникациях:

- А. обратная связь в организации должна быть регулярной и планомерной;
- Б. результаты обратной связи должны обязательно доводиться до подчиненного;
- В. обратная связь должна стремиться обеспечивать полный контроль сотрудников.

2. В процесс построения эффективной системы внутренних коммуникаций выпишите пропущенный этап:

- А. анализ организационной коммуникации (анкетирование, интервьюирование, мониторинг);
- Б. разработка коммуникационной стратегии компании;
- В. анализ эффективности внедренной стратегии.

3. Что НЕ относится к барьерам коммуникации, возникающим на организационном уровне:

- А. организационная структура;
- Б. информационная перезагруженность;
- В. неравенство в статусе сотрудников;
- Г. различия в восприятии.

4. Выделите в таблице галочкой, какие типы внутриорганизационных коммуникативных сетей (ВКС) относятся к первичным или вторичным:

№ п/п	Название типа сети	Первичная коммуникативная сеть	Вторичная коммуникативная сеть
1	«Змея»		
2	«Тент»		
3	«Звезда»		
4	«Шпора»		
5	«Палатка»		
6	«Дом»		
7	«Круг»		

*правильный ответ по одному пункту – 0,1 балла, правильный ответ на весь вопрос – 0,7 балла.

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) PR-агентства, входящего в десятку худших агентств России;

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. В процессе внутренней PR- коммуникации форма подачи информации сотрудникам:**
 - А. влияет на восприятие ее содержания сотрудниками;
 - Б. не влияет на восприятие ее содержания сотрудниками.
- 2. Если каналы коммуникации в организации не управляются, не структурированы и не связаны между собой, это означает (выберите верный ответ):**
 - А. в организации нет системы внутренних коммуникаций (ВК);
 - Б. в организации нет внутренних коммуникаций (ВК).
- 3. К основным критериям эффективности ВК НЕ относятся:**
 - А. количество коммуникационных каналов и «качество» взаимодействия подразделений при выполнении совместных работ;
 - Б. количество промежуточных звеньев при передаче информации;
 - В. своевременность распространения информации и соответствие имеющихся информационных каналов масштабам бизнеса и отраслевым особенностям;
 - Г. количество слухов, распространяемых в организации;
 - Д. наличие баланса между вертикальными и горизонтальными коммуникациями внутри компании, между документированной (формализованной) информацией и вербальными средствами ВК;
 - Е. разумная достаточность данных управленческой отчетности для сотрудников;
 - Ж. состояние социально-психологического климата в коллективе;
- 3. повышение профессиональных и компетентностных навыков персонала.**
- 4. Назовите три подхода для установления (управления) коммуникации с сотрудниками _____**

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

- 1) PR-агентства, входящего в двадцатку лучших агентств России;

ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Показатель оценивания: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **В структуру разработки стратегии внутрикорпоративных коммуникаций НЕ входит:**
 - А. цели коммуникации;
 - Б. аудитория коммуникации (группы сотрудников);
 - В. содержание информации соотнесенной с потребностями сотрудников в ней;
 - Г. время поступления информации;
 - Д. канал коммуникации;
 - Е. оценка эффективности коммуникации.
2. **Что НЕ входит в критерии оценки эффективности корпоративного издания:**
 - А. какая доля аудитории получает корпоративное издание
 - Б. насколько аудитория читает корпоративное издание;
 - В. насколько аудитория усваивает информацию, содержащуюся в корпоративном издании
 - Г. насколько опубликованная в корпоративном издании информация влияет на общественное мнение аудитории.
 - Д. насколько опубликованная в корпоративном издании информация влияет на поведение аудитории.
3. **Коммуникации - как социальный процесс взаимодействия людей, НЕ включает потребность людей в:**
 - А. безопасности, выраженной в относительной предсказуемости происходящего вокруг;
 - Б. осмысленности (понимание смысла собственной деятельности, ее цели);
 - В. чувстве принадлежности – идентичности (восприятие себя как члена группы, коллектива).
 - Г. финансовой обеспеченности, выраженной в получаемом вознаграждении.
4. **Какие виды исследований проводят для оценки эффективности коммуникативных проектов: _____**
5. **Ситуационное задание (практическая задача)**
Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:
1) сетевого массажного салона в Москве, позиционирующего себя как предприятие «вьетнамской медицины».

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Коммуникационной проблемой организации является отсутствие возможности

- А. развивать восходящие коммуникации;
- Б. развивать нисходящие коммуникации;
- В. развивать сетевые коммуникации

2. Что НЕ относится к группам PR- инструментов внутренних коммуникаций:

- А. информационные;
- Б. аналитические;
- В. коммуникативные;
- Г. организационные;
- Д. коллаборационные

3. Что НЕ относится к правилам эффективности корпоративного собрания как средства внутрикорпоративной коммуникации:

- А. руководителям высокого ранга полезно являться на собрания заранее, общаться с сотрудниками;
- Б. организаторам данных мероприятий надо уметь вовлекать аудиторию в диалог;
- В. участникам собраний следует готовить вопросы заранее, подавать их в напечатанном виде;
- Г. Руководителю организации следует ответить на вопросы в письменном виде после собрания.

4. Дополните фразу. Назовите типы организаций по критерию коммуникаций

5. Ситуационное задание (практическая задача)

Опишите целевые аудитории PR-деятельности как директор по PR:

1) сетевого массажного салона в Москве, позиционирующего себя как предприятие «тайской медицины».

Вопросы к зачету

1. Внешняя и внутренняя среда корпорации
 2. Какие факторы определяют внутреннюю среду организации
 3. Что следует понимать под управлением коммуникациями
 4. Тема для обсуждения: «Социокультурные закономерности коммуникаций организации»
 5. В чем плюсы и минусы организаций механистического типа
 6. В чем особенности организаций органического типа
 7. «Эффективно работающий руководитель – тот, кто эффективен в коммуникациях»
 8. «Двусторонняя направленность коммуникаций – основной принцип управления коммуникациями в организации»
 9. «Зона конфликта как предмет управления коммуникациями»
 10. «Внутренняя коммуникационная сеть как соединение информационных потоков: пути и барьеры»
 11. «Корпоративная философия организации»
 12. Какие типы организаций различают по типу коммуникаций
 13. Дайте характеристику различным типам организаций
 14. Какие Вам известны типы управленческой информации
 15. Раскройте роль неформальных структур в организации
-

16. Структура корпоративной культуры
17. Ценности организации, управленческого аппарата, сотрудников
18. Элементы корпоративной культуры, влияющие на ее восприятие сотрудниками
19. Понятие и значение социально-психологического климата в коллективе
20. «Культура речи» корпорации (культура деловой переписки)
21. Модели трудового поведения
22. Нематериальная мотивация лояльности сотрудников
23. Культура руководителя: модели поведения
24. Фирменный стиль организации и его исследование
25. Факторы формирования «команды»
26. Сотрудничество HR и PR менеджмента персонала

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестре.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Основы документационного обеспече-
ния управления»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.3: Применяет навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; применяет методы принятия решений
Знать: основы научного поиска и практической работы с информационными источниками
Уметь: осуществлять научный поиск и практическую работу с информационными источниками
Владеть: методами принятия решений
Показатель оценивания: умение осуществлять научный поиск и практическую работы с информационными источниками; применяет методы принятия решений
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.1: Понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
Показатель оценивания: владение навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации.
УК-4.2: Применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: владение навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации

Шкала оценивания – «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценивания:

Оценка «зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Соблюдаются литературно-языковые нормы. Допускаются нарушения в последовательности изложения. Практическое задание выполнено в соответствии с ГОСТ Р 7.0.97-2016

Оценка «не зачтено». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм. Практическое задание выполнено с грубым нарушением ГОСТ Р 7.0.97-2016

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-1.3: Применяет навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; применяет методы принятия решений
Знать: основы научного поиска и практической работы с информационными источниками
Уметь: осуществлять научный поиск и практическую работу с информационными источниками
Владеть: методами принятия решений

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Протоколы нумеруются порядковыми номерами:

- А. в пределах всего времени существования организации
- Б. в пределах календарного года
- В. в пределах пяти лет
- Г. в пределах десяти лет

2. В каком случае правильно оформлен реквизит «Подпись» на бланке документа?

- А. Генеральный директор В. А. Петрова
- Б. Генеральный директор Петрова В. А.
- В. Генеральный директор ОАО «Нива» В. А. Петрова

3. Реквизит документа — это:

- А. стандартный лист бумаги, на котором отображена постоянная информация и отведено определенное место для переменной
- Б. совокупность расположенных в определенной последовательности записей, присущих определенным видам документов
- В. элемент оформления документа, расположенный в строго определенном месте согласно формуляру для каждого типа документа

4. В каком случае допускается не оформлять реквизит «Заголовок к тексту» согласно ГОСТ 7.0.97-2016?

- А. документ оформлен на бланке формата А4
- Б. текст документа не превышает 4 - 5 строк
- В. документ оформлен на бланке формата А5
- Г. текст документа на бланке формата А4 содержит 12 строк

5. Как определить по резолюции исполнителя, ответственного за исполнение документа в целом (если указано несколько исполнителей)

- А. фамилия ответственного исполнителя подчеркнута линией
- Б. ответственный указан первым в списке
- В. в тексте резолюции явно указывается, кто из списка исполнителей отвечает за контроль исполнения документа в целом
- Г. фамилия ответственного исполнителя выделена маркером

6. Какая форма согласования документа оформляется с помощью реквизита «Гриф согласования»

- А. внутреннее согласование
- Б. внешнее согласование

7. В каких документах не указывается реквизит "Наименование вида документа"?

- А. в протоколах
- Б. в распоряжениях
- В. в письмах
- Г. в заявлениях

8. Указания по исполнению документа содержатся в реквизите...

- А. гриф утверждения
- Б. отметка о наличии приложения
- В. резолюция
- Г. заголовок к тексту

9. Краткое изложение смысла документа содержится в реквизите ...

- А. резолюция
- Б. текст документа
- В. отметка о контроле
- Г. заголовок к тексту

10. В каком случае правильно оформлен реквизит «Адресат» согласно ГОСТ 7.0.97-2016?

- А. Директору школы № 269
Ивановой Тамаре Петровне
- Б. Директору «СОШ № 269 г.Москвы»
Ивановой Т. П.
- В. 129128, Москва, ул. Ростокинская, 7
Директору школы № 269 г-же Т. П. Ивановой
- Г. Директору МОУ «СОШ № 269 г. Москвы»
Ивановой Т. П.

11. Найдите соответствие:

1. Документ	А	Документ, созданный организацией, должностным лицом или гражданином, оформленный в установленном порядке
2. Изобразительный документ	Б	Документ, содержащий речевую информацию, зафиксированную любым типом письма или любой системой звукозаписи
3. Фотодокумент	В	Документ, содержащий изобразительную и/или звуковую информацию
4. Электронный документ	Г	Изобразительный или аудиовизуальный документ, созданный фотографическим или электронным (цифровым) способом, фиксирующий информацию в виде последовательно расположенных изображений – динамичных образов
5. Видеодокумент	Д	Изобразительный документ, в котором изображение объекта получено посредством линий, штрихов, светотени, точек, цвета
6. Фонодокумент	Е	Аудиовизуальный документ, содержащий звуковую информацию, зафиксированную любой системой звукозаписи

7. Кинодокумент		Ж	Аудиовизуальный документ, созданный способом видео-записи, фиксирующий информацию в виде последовательно расположенных изображений – динамичных образов
8. Графический документ		З	Изобразительный документ, созданный фотографическим или электронным (цифровым) способом, фиксирующий информацию в виде отдельных изображений – статичных образов
9. Аудиодизуальный документ		И	Документ, сохраняемый или подлежащий сохранению в силу его значимости для граждан, общества, государства
10. Текстовый документ		К	Документ, информация которого представлена в электронной форме
11. Официальный документ		Л	Документ, информация которого зафиксирована знаками письменности
12. Письменный документ		М	Документ, воспроизводящий внешний вид и/или внутреннюю структуру какого-либо объекта
13. Архивный документ		Н	Зафиксированная на носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать

11. Задание. Назовите основные этапы работы с документами, которые выделяются в ЕГСД (Единая государственная система делопроизводства), ГСДОУ (Государственная система документационного обеспечения управления). Оформите эти сведения в виде схемы.

12. Дополните фразу. Документооборот – это _____

13. Дополните фразу. Реквизит документа – это _____

14. Ситуационная задача.

Составьте положение о новом структурном подразделении в администрации города Курска (отдел кадров, финансово-экономический отдел, отдел стратегического развития) в соответствии с требованиями «ГОСТ Р 7.0.8-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроеизводство и архивное дело. Термины и определения»

15. Практическое задание. Вам как секретарю юридической фирмы директор поручил разработать и оформить на формате А4 следующие видов бланков организации: общий бланк организации, бланк письма и бланк конкретного вида документа – приказа. (Организационно – правовую форму, название организации и город студент определяет самостоятельно.). Составьте указанные бланки, опишите алгоритм размещения реквизитов на листе бумаги.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Закончите начатое предложение: Документооборот — это движение документов в организации с момента их создания до:

- А. передачи на исполнение
- Б. подшивки в дело
- В. уничтожения
- Г. завершения исполнения или отправки

2. Какой должна быть толщина дела?

- А. не более 400 листов
- Б. не более 250 листов
- В. не менее 250 листов
- Г. в зависимости от объёма папки

3. Основной локальный нормативный акт, регламентирующий работу службы ДОУ:

- А. инструкция по делопроизводству
- Б. квалификационный справочник должностей
- В. табель унифицированных форм документов

4. Какая форма работы с документами подходит для организаций, деятельность которых требует особенно тщательной защиты информации

- А. централизованная
- Б. смешанная
- В. децентрализованная

5. Вид организационного документа, который определяет порядок образования, структуру и организацию работы предприятия

- А. устав
- Б. инструкция
- В. положение

6. Что не относится к учредительным документам юридического лица?

- А. Протокол собрания учредителей;
- Б. Устав;
- В. Учредительный договор.

7. Положение о структурном подразделении – это:

- А. правовой акт, который устанавливает статус, функции, права, обязанности и ответственность структурных подразделений или иных органов;
- Б. правовой акт, который определяет статус организации, ее задачи и функции, права, ответственность, порядок деятельности;
- В. договор, стороны которого обязуются создать юридическое лицо и устанавливают порядок совместной деятельности по данному факту.

8. По сфере своего действия распорядительные документы делятся на:

- А. федерального уровня, регионального уровня, правовые акты организаций;
- Б. коллективные и индивидуальные;
- В. правовые акты организаций, правовые акты их структурных подразделений.

9. Носителем информации является:

- А. материальный объект, который нужен для фиксации, хранения (и воспроизведения) речевой, звуковой или изобразительной информации;
- Б. создатель документа;
- В. структурное подразделение, выполняющее функции по ведению документооборота.

10. Цифровой или буквенно-цифровой идентификатор документа, включающий порядковый номер, дополняемый по желанию индексами согласно используемым

классификаторам, называется:

- А. регистрационным номером документа;
- Б. грифом;
- В. датой документа.

11. Используя ГОСТ Р 7.0.97–2016, заполните таблицу::

Реквизиты, придающие юридическую силу документу		Реквизиты, связанные с движением документов в организации	
Номер реквизита	Название реквизита	Номер реквизита	Название реквизита

11. Выполните задания, в случае необходимости добавьте недостающую информацию:

А. Используя положения Федерального конституционного закона «О Государственном гербе Российской Федерации» от 21.12.2000 г. № 2-ФКЗ, укажите, какие органы управления имеют право использовать на бланках своих документов изображения Государственного герба. Какие варианты изображения Государственного герба установлены в законе?

Б. На листе бумаги формата А4 укажите точное месторасположение эмблемы или товарного знака организации.

4.3. Используя «Общероссийский классификатор управленческой документации», определите код формы следующих документов:

- приказ о создании организации;
- устав;
- учредительный договор;
- приказ о распределении обязанностей между руководством организации;
- заявление об увольнении.

12. Дополните фразу. Документационное обеспечение управления — это

13. Дополните фразу. Протокол – это

14. Практическое задание.

В соответствии с указанными ниже данными оформите три вида бланков (общий, делового (служебного) письма и приказа) для организаций, в случае необходимости добавьте недостающую информацию:

А. Публичное акционерное общество «АВТОМАГИСТРАЛЬ» имеет свой официальный логотип, зарегистрировано по адресу: г. Екатеринбург, ул. Космонавтов, д. 35, оф. 420, 620000, тел.: 8(343) 445–66–77, email: magistral@list.ru, ОГРН 1028700067328, ОКПО 33583661, ИНН/КПП 2464213270/246501001.

Б. Дополнительный образовательный центр «Навигатор», созданный при высшем учебном заведении, зарегистрирован по адресу: Россия, 620000, г. Екатеринбург, проспект Ленина, д. 23. Тел.: (3431) 297–99–46. Факс: (343)297–53–62.

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.1: Понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках

Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации

Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм

Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Элементы документа называются:

- А. его составными частями;
- Б. реквизитами;
- В. служебными отметками

2. Реквизиты «Герб» и «Эмблема организации» являются:

- А. взаимозаменяемыми;
- Б. взаимодополняющими;
- В. взаимоисключающими

3. Наименование организации, являющейся автором документа, должно соответствовать наименованию:

- А. воспроизведенному на печати организации;
- Б. закреплённому в учредительных документах;
- В. утверждённому вышестоящей организацией.

4. Как определить по резолюции исполнителя, ответственного за исполнение документа в целом (если указано несколько исполнителей)

- Д. фамилия ответственного исполнителя подчеркнута линией
- Е. ответственный указан первым в списке
- Ж. в тексте резолюции явно указывается, кто из списка исполнителей отвечает за контроль исполнения документа в целом
- З. фамилия ответственного исполнителя выделена маркером

5. Верно ли утверждение: наименование вида документа проставляется на всех документах?

- А. верно;
- Б. неверно

6. Реквизит «адресат» указывается:

- А. на всех документах;
- Б. в письмах;
- В. в письмах и приказах

7. Указания по исполнению документа содержатся в реквизите...

- А. гриф утверждения
- Б. отметка о наличии приложения
- В. резолюция
- Г. заголовок к тексту

8. Подпись включает:

- А. наименование должности лица, подписавшего документ (с указанием предприятия, если документ оформлен не на бланке), личную подпись и ее расшифровку, дату подписания;
- Б. наименование должности лица, подписавшего документ, личную подпись и дату;
- В. наименование должности лица, подписавшего документ (с указанием предприятия, если документ оформлен не на бланке), личную подпись и ее расшифровку

9. Текст приказа состоит из:

- А. констатирующей и распорядительной частей;
- Б. вводной и разъяснительной частей;
- В. констатирующей и разъяснительной.

10. Режим коммерческой тайны – это:

- А. меры, обеспечивающие невозможность доступа к информации, содержащей коммерческую тайну;
- Б. правовые, организационные, технические и иные принимаемые обладателем информации, составляющей коммерческую тайну, меры по охране ее конфиденциальности;
- В. порядок защиты и доступа к конфиденциальной информации, а также правила ее использования.

Вставьте пропущенные в тексте слова.

12. В зависимости от полноты освещения хода заседания протоколы могут быть

и

13. Текст протокола состоит из двух частей: вводной и _____.

14. Количество _____ указывается обязательно, так как от этого зависит кворум при принятии решения голосованием

15. На расширенных заседаниях с большим числом присутствующих их состав указывается _____

16. Каждый вопрос повестки дня _____ арабскими цифрами, оформляется с красной строки и формулируется в _____ падеже.

17. Каждый пункт повестки дня строится по схеме: _____,

_____, _____.

18. Если вопрос не обсуждался, пункт _____ может отсутствовать.

19. Протокол оформляется в _____ экземпляре

20. Ситуационная задача. Исполнитель Кравцов В.В. обратился в службу ДОУ с просьбой о переносе срока исполнения документа на более позднюю дату. Он мотивировал это желанием подготовить более качественный документ, для чего ему потребовалось собрать больше данных, чем ранее планировалось. Кроме того, Кравцов В.В. сослался на устную договоренность с партнером об изменении срока предоставления информации. Инспектор по контролю службы ДОУ Тимофеева А.Г. согласилась внести 34 изменения в регистрационно-контрольную форму и увеличила срок исполнения документа на 7 дней. Руководитель службы ДОУ, который был поставлен в известность, согласился с такими изменениями. Как можно расценить действия инспектора по контролю Тимофеевой А.Г. и службы ДОУ в целом?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какие распорядительные документы может издавать Президент Российской Федерации?

- А. указы
- Б. распоряжения
- В. постановления

2. Должностная инструкция сотрудника...

- А. подлежит утверждению
- Б. не утверждается
- В. утверждается по усмотрению руководителя

3. Какой нормативный документ определяет обязанности сотрудника?

- А. Штатное расписание
- Б. Устав предприятия
- В. Должностная инструкция

4. Типовые документы носят ... характер

- А. обязательный
- Б. рекомендательный
- В. ознакомительный

5. В каком падеже формулируется заголовок к тексту должностной инструкции?

- А. в именительном
- Б. в родительном
- В. в предложном

7. Какой документ не является разновидностью копии?

- А. черновик
- Б. отпуск
- В. Дубликат

8. Какой должна быть толщина дела?

- А. не более 400 листов
- Б. не более 250 листов
- В. не менее 250 листов
- Г. в зависимости от объёма папки

9. Основной локальный нормативный акт, регламентирующий работу службы ДОУ:

- А. инструкция по делопроизводству
- Б. квалификационный справочник должностей
- В. табель унифицированных форм документов

10. Распорядительный документ, который издается на основе единоначалия

- А. решение
- Б. приказ
- В. постановление
- Г. протокол

11. Документ, выдаваемый взамен утерянного и имеющий силу подлинника, называется...

- А. копия
- Б. отпуск
- В. дубликат
- Г. выписка

12. Что не относится к учредительным документам юридического лица?

- А. Протокол собрания учредителей;
- Б. Устав;
- В. Учредительный договор.

13. Положение о структурном подразделении – это:

- Г. правовой акт, который устанавливает статус, функции, права, обязанности и ответственность структурных подразделений или иных органов;
- Д. правовой акт, который определяет статус организации, ее задачи и функции, права, ответственность, порядок деятельности;
- Е. договор, стороны которого обязуются создать юридическое лицо и устанавливают порядок совместной деятельности по данному факту.

14. По сфере своего действия распорядительные документы делятся на:

- А. федерального уровня, регионального уровня, правовые акты организаций;
- Б. коллективные и индивидуальные;
- В. правовые акты организаций, правовые акты их структурных подразделений.

15. Слово «приказываю» в тексте приказа по основной деятельности оформляют в следующем написании

- А. ПРИКАЗВАЮ
- Б. приказываю
- В. Приказываю

16. Цифровой или буквенно-цифровой идентификатор документа, включающий порядковый номер, дополняемый по желанию индексами согласно используемым классификаторам, называется:

- Г. регистрационным номером документа;
- Д. грифом;
- Е. датой документа.

Вставьте пропущенные в тексте слова.

17. Организационно-распорядительный документ — это вид письменного документа, в котором фиксируются _____ административных и организационных вопросов, а также вопросов _____, взаимодействия, обеспечения и регулирования деятельности органов власти, учреждений, предприятий и организаций, их подразделений и должностных лиц.

18. Постановление — это правовой акт, принимаемый высшими или некоторыми центральными органами _____ власти, действующими на основе _____ управления, в целях разрешения наиболее важных и принципиальных задач, стоящих перед данными органами, и установления стабильных норм, правил

19. Приказ — это правовой акт, издаваемый _____ организации, действующей на основе _____.

20. Практическое задание. Составьте письмо-ответ ООО «Сайл» на просьбу строительно-монтажной фирмы «Альтарес» разработать проектно-сметную документацию на

строительство жилого дома в пос. Шкотово.

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.2: Применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какие реквизиты относятся к юридически значимым?

- А. дата, регистрационный номер документа
- Б. текст, подпись
- В. заголовок к тексту, отметка об исполнителе
- Г. резолюция, отметка о наличии приложений

2. Документационное обеспечение управления — это:

- А. движение документов в организации с момента их создания или получения до завершения исполнения
- Б. отрасль деятельности, обеспечивающая документирование и организацию работы с официальными документами
- В. комплекс основных положений, определяющих и регламентирующих организацию документируемых процессов на предприятии
- Г. запись информации на различных носителях по установленным правилам

3. Бланк документа — это:

- А. документ информационного характера, содержащий описание производственной деятельности организации
- Б. лист бумаги или электронный шаблон с реквизитами, идентифицирующими автора официального документа
- В. документ, подтверждающий факты, события, действия
- Г. совокупность расположенных в определенной последовательности записей, присущих определенным видам документов

4. Укажите требуемый размер правого поля в организационно-распорядительных документах согласно ГОСТ 7.0.97-2016

- А. 10 мм
- Б. 15 мм
- В. не менее 8 мм
- Г. не менее 15 мм

5. Номенклатура дел – это:

- А. материальный носитель с зафиксированной на нем информацией
- Б. отрасль деятельности, обеспечивающая документирование и организацию работы с официальными документами
- В. документ, который разрабатывается для регламентации трудовых отношений в данной организации
- Г. систематизированный перечень наименований дел, заводимых в организации, с

указанием сроков их хранения, оформленный в установленном порядке

6. Реквизит документа — это:

- А. стандартный лист бумаги, на котором отображена постоянная информация и отведено определенное место для переменной
- Б. совокупность расположенных в определенной последовательности записей, присущих определенным видам документов
- В. элемент оформления документа, расположенный в строго определенном месте согласно формуляру для каждого типа документа

7. В каком случае допускается не оформлять реквизит «Заголовок к тексту» согласно ГОСТ 7.0.97-2016?

- А. документ оформлен на бланке формата А4
- Б. текст документа не превышает 4 - 5 строк
- В. документ оформлен на бланке формата А5
- Г. текст документа на бланке формата А4 содержит 12 строк

8. Как определить по резолюции исполнителя, ответственного за исполнение документа в целом (если указано несколько исполнителей)

- А. фамилия ответственного исполнителя подчеркнута линией
- Б. ответственный указан первым в списке
- В. в тексте резолюции явно указывается, кто из списка исполнителей отвечает за контроль исполнения документа в целом
- Г. фамилия ответственного исполнителя выделена маркером

9. Какая форма согласования документа оформляется с помощью реквизита «Гриф согласования»

- А. внутреннее согласование
- Б. внешнее согласование

10. В каких документах не указывается реквизит "Наименование вида документа"?

- А. в протоколах
- Б. в распоряжениях
- В. в письмах
- Г. в заявлениях

Практико-ориентированные задания:

- 11.** На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить общий бланк и бланк письма с угловым расположением реквизитов

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «НИК» 690014г. Владивосток, ул. Тульская, д. 5, Тел./факс: (352) 5-47-20; e-mail: nik@nik.com ОКПО 08862635; ОГРН 1047400340354 ИНН/КПП 7706022750/778006001 Ген. директор С.И. Привалов Административный директор Фомичев Г.Г. Секретарь-референт Дементьева В.А. Начальник отдела кадров Ефимова Е. Д. Юрисконсульт Морозов В.П.

12. На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить бланк конкретного вида документа и бланк письма с продольным расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «НИК» 690014г. Владивосток, ул. Тульская, д. 5, Тел./факс: (352) 5-47-20; e-mail: nik@nik.com ОКПО 08862635; ОГРН 1047400340354 ИНН/КПП 7706022750/778006001 Ген. директор С.И. Привалов Административный директор Фомичев Г.Г. Секретарь-референт Дементьева В.А. Начальник отдела кадров Ефимова Е. Д. Юрисконсульт Морозов В.П.

13. На основании теоретического материала и ниже приведенной информации подготовить приказ по основной деятельности на бланке конкретного вида документа:

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «НИК» 690014 г. Владивосток, ул. Тульская, д. 5, Тел./факс: (352) 5-47-20; e-mail: nik@nik.com ОКПО 08862635; ОГРН 1047400340354 ИНН/КПП 7706022750/778006001 Ген. директор С.И. Привалов Административный директор Фомичев Г.Г. Секретарь-референт Дементьева В.А. Начальник отдела кадров Ефимова Е. Д. Юрисконсульт Морозов В.П.
Исходные данные для оформления приказа
В связи с неоднократными нарушениями сроков исполнения поставленных на контроль документов, допущенными работниками, ген. директор издал приказ 16.08.2012 за № 142 о мерах по повышению исполнительской дисциплины. Генеральный директор в срок до - 01.09.2012. поручил подготовить секретарю-референту предложения по совершенствованию работы с входящей корреспонденцией, повышению уровня исполнительской дисциплины и переработке раздела «Контроль исполнения документов» Инструкции по делопроизводству. Начальнику отдела кадров в срок - не позднее чем за два месяца до введения изменений в технологии работы с документами уведомить работников ЗАО в письменной форме о внесении изменений в трудовые договоры и должностные инструкции специалистов организации в связи с совершенствованием технологии обработки входящих документов и усилением ответственности за нарушение сроков исполнения поступающей корреспонденции. Контроль за исполнением приказа возложить на административного директора, который вместе с юрисконсультом согласовал проект приказа.

14. На основании теоретического материала и ниже приведенной информации подготовить приказ по основной деятельности на бланке конкретного вида документа:

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «НИКС» 123456 г. Москва, бульвар Звездный, д. 40, Тел. (495) 216-70-06; факс (495) 216-70-09; e-mail: niks@mail.ru ОКПО 2356447; ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Ген. директор А.Т. Круглов Зам. ген. директора Козин П.Н. Юрисконсульт Второв В.Р. Зав. канцелярией Ромина П.П. Секретарь руководителя Суркова Л.И. Архивариус Петров Н.М.

Исходные данные для оформления приказа
Генеральный директор издал приказ о назначении Сурковой Лидии Ивановны, ответственной за ведение, хранение, учет и выдачу трудовых книжек от 19.06.10г. за № 48. Приказ был издан в соответствии с п. 45 Правил ведения и хранения трудовых книжек, изготовления бланков трудовой книжки и обеспечения ими работодателей, утвержденных постановлением Правительства РФ от 16 апреля 2003 г. № 225 и должностной инструкции секретаря руководителя, в котором ответственным за ведение, хранение, учет и выдачу трудовых книжек назначается секретарь руководителя Суркова Л. И. с 01.07.09г., а при ее отсутствии назначается архивариус Петров Н. М. Приказ согласован заместителем ген. директора Козиным П. Н., юристом В. Р. Второвым.

15. На основании теоретического материала и ниже приведенной информации подготовить приказ по основной деятельности на бланке конкретного вида документа:

Наименование организации и справочные данные
ООО «АВТОХИМИЯ» 117312, Москва, Ферсмана ул., д. 5/1 Тел. 721-3333; факс 721-1900; e-mail: avto@avto.ru ОКПО 02324789, ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Директор Корин А.П.Зам. Директора Трошин М.В. Начальник планового отдела Петров О.К. Главный инженер Яковлев Л. Д.Юрист Морозов В. П.
Исходные данные для оформления приказа
С целью планомерного использования в 2013 году целевого фонда амортизационных отчислений директор 18.12.12г. издал приказ за № 186 об использовании в 2013 г. целевого фонда амортизационных отчислений, где начальнику планового отдела к 25.12.2012г. необходимо предоставить обоснованные данные о переходящих на 2013 г. остатках и размере целевого фонда амортизационных отчислений. Предложения об использовании фонда амортизационных отчислений к 28.12.2012г. предоставить гл. инженеру. Контроль за исполнением приказа возложен на заместителя директора, который завизировал проект приказа с юристом.

16. На основании теоретического материала и ниже приведенной информации составить служебное письмо на бланке письма с угловым расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «НИКС» 123456 г. Москва, бульвар Звездный, д. 40, Тел. (495) 216-70-06; факс (495) 216-70-09; e-mail: niks@mail.ru ОКПО 2356447; ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Ген. директор А.Т. Круглов Зам. ген. директора Козин П.Н. Юрист Второв В.Р. Зав. канцелярией Ромин П.П. Секретарь руководителя Суркова Л.И. Архивариус Петров Н.М.
Исходные данные для оформления служебного письма

Исполнителем Петровой Г. А. (576-88-91) по поручению зав. канцелярией было составлено письмо от 16.08.2012г. за № 07-14/635 в адрес ООО «Полиформ», руководителю службы ДОУ И.П. Мавриной о дополнительной выписке документов. В письме сообщалось что, полученные 16.08.2012г. материалы из ООО «Полиформ» отсутствуют 3-я страница в Перечне выпускаемой продукции.

Также просили срочно (лучше по факсу) выслать недостающие сведения, необходимые для заключения договора в соответствии с подписанным ранее соглашением.

Также выразили надежду на развитие долгосрочного сотрудничества организаций. К письму шло приложение: акт проверки полученных документов на 1 л. в 1 экз.

- 17.** На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить общий бланк и бланк письма с угловым расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «СВЕТОЧ»</i> 170000, г. Тверь, Волжская ул., 14, Тел. 355815, факс 355816, E-mail: svetoch@intex.ru ОКПО 03115207 ОГРН 1154800218751 ИНН/КПП 7700182510/772002001 Директор Ю.Н. Трифонов Зам. директора по общим вопросам О. Д. Семенов Офис-менеджер Егорова А.И. Зав. копировально-множительной службы Краснов С. А. секретарь-референт Абрамов И. Г. Юрисконсульт И.П. Матвеев

- 18.** На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить бланк конкретного вида документа и бланк письма с продольным расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «ЛУЖНИКИ-ПАРК» Ленинский просп., д. 22, корп. 1, г. Москва, 122033; Тел./факс (495) 913-44-56; (495) 913- 44-80; ОКПО 2356447; ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Ген. директор А.П. Иванов Первый зам. ген. директора Федорова В. Д. Гл. бухгалтер Кузина Р. Д. Начальник планово-финансового отдела Григорьева Н.Е. Начальник юридического отдела Григорьев Н.Е. Главный художник Филатова А. М.</i>

- 19.** На основании теоретического материала и ниже приведенной информации подготовить приказ по основной деятельности на бланке конкретного вида документа:

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «СВЕТОЧ»</i> 170000, г. Тверь, Волжская ул., 14, Тел. 355815, факс 355816, E-mail: svetoch@intex.ru ОКПО 03115207 ОГРН 1154800218751 ИНН/КПП 7700182510/772002001 Директор Ю.Н. Трифонов Зам. директора по общим вопросам О. Д. Семенов Офис-менеджер Егорова А.И. Зав. копировально-множительной службы Краснов С. А. секретарь-референт
Исходные данные для оформления приказа

Директор издал приказ от 01.02.2012г. за № 49 «Об утверждении Инструкции по делопроизводству» в связи с переходом на автоматизированную технологию. Этим приказом утвердили Инструкцию по делопроизводству и ввели ее в действие с 01.03.2012г., признали утратившей силу ранее действовавшую в организации Инструкцию по делопроизводству от 28.07.98.

До 25.02.2012г. офис-менеджеру совместно с зав. копировально-множительной службы обеспечить тиражирование и передачу Инструкции в структурные подразделения организации.

Руководители структурных подразделений организации должны обеспечить постоянное выполнение требований Инструкции по делопроизводству всеми сотрудниками, связанными с обработкой документов.

Постоянно оказывать методическую помощь, сотрудникам организации по вопросам применения новой Инструкции по делопроизводству поручено секретарю-референту.

Контроль за исполнением приказа возложена на зам. директора по общим вопросам. Проект приказа согласован с зам. директора по общим вопросам и с юрисконсультom.

- 20.** На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить бланк конкретного вида документа и бланк письма с продольным расположением реквизитов

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «СВЕТОЧ»</i> <i>170000, г. Тверь, Волжская ул., 14, Тел. 355815, факс 355816, E-mail: svetoch@intex.ru</i> <i>ОКПО 03115207 ОГРН 1154800218751 ИНН/КПП 7700182510/772002001 Директор</i> <i>Ю.Н. Трифонов</i> <i>Зам. директора по общим вопросам О. Д. Семенов Офис-менеджер Егорова А.И. Зав.</i> <i>копировально-множительной службы Краснов С. А. секретарь-референт Абрамов И. Г.</i> <i>Юрисконсульт И.П. Матвеев</i>

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Реквизит «Отметка об исполнителе»:

- А. необходим для оперативной связи с тем, кто составил документ
- Б. является одним из основных способов удостоверения документа
- В. фиксирует указания руководителя по поводу исполнения документа

2. Датой протокола является:

- А. дата подписания протокола
- Б. дата проведения заседания
- В. дата регистрации протокола

3. В каком случае правильно оформлен реквизит «Отметка о заверении ко-

пии»?

А. Копия верна

Инспектор отдела кадров Подпись И. И. Петрова

Б. Верно

Инспектор отдела кадров Подпись И. И. Петрова

В. Верно

Инспектор отдела кадров Подпись И. И. Петрова

16.03.2012

4. Протокол — это:

- А. документ, подтверждающий факты, события, действия
- Б. документ, содержащий описание производственной деятельности организации
- В. документ, фиксирующий ход обсуждения вопросов и принятия решений на собрании, заседании
- Г. письменное соглашение сторон, определяющее условия каких-либо отношений

5. Документы, составляемые комиссией, подписываются:

- А. руководителем организации
- Б. председателем комиссии
- В. председателем и членами комиссии
- Г. председателем комиссии и секретарем

6. Акт — это:

- А. документ информационного характера, содержащий описание производственной деятельности организации
- Б. документ, адресованный руководителю организации и информирующий его о сложившейся ситуации, имевшем место факте
- В. документ, подтверждающий факты, события, действия

7. Укажите требуемый размер правого поля в организационно-распорядительных документах

- А. 10 мм
- Б. 15 мм
- В. не менее 8 мм
- Г. не менее 15 мм

8. Для документа, подлинник которого остается в организации, визы проставляются:

- А. ниже подписи руководителя, подписавшего документ
- Б. в нижней части оборотной стороны последнего листа подлинника документа
- В. на оборотной стороне первого листа документа

Практико-ориентированные задания:

9. На основании теоретического материала и ниже приведенной информации составить служебное письмо на бланке письма с угловым расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «СВЕТОЧ»</i> 170000, г. Тверь, Волжская ул., 14, Тел. 355815, факс 355816, E-mail: svetoch@intex.ru ОКПО 03115207 ОГРН 1154800218751 ИНН/КПП 7700182510/772002001 Директор Ю.Н. Трифонов Зам. директора по общим вопросам О. Д. Семенов Офис-менеджер Егорова А.И. Зав. копировально-множительной службы Краснов С. А. секретарь-референт Абрамов И. Г.
Исходные данные для оформления служебного письма
<i>Генеральному директору ЗАО «Конструктор» господину Сизову В.Д. ген. директор довел до сведения о срыве поставок по договору. Условия договора от 09.07.2012г. №141/15/07 ЗАО «Конструктор» не выполняются: полностью сорваны поставка продукции в сентябре месяце.</i> <i>Также предупредил, что если до конца октября 2012г. вся продукция не будет отгружена предприятию по условиям договора, будем вынуждены обратиться в арбитраж.</i> <i>Письмо было составлено 19.10.2012г. за № 05-12/2389 исполнителем В.А. Голубевой, тел. для справок 187-12-85.</i>

10. На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить бланк конкретного вида документа и бланк письма с продольным расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «НИКС»</i> 123456 г. Москва, бульвар Звездный, д. 40, Тел. (495) 216-70-06; факс (495) 216-70-09; e-mail: niks@mail.ru ОКПО 2356447; ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Ген. директор А.Т. Круглов Зам. ген. директора Козин П.Н. Юрисконсульт Второв В.Р. Зав. канцелярией Ромина П.П. Секретарь руководителя Суркова Л.И. Архивариус Петров Н.М.

11. На основании теоретического материала и ниже приведенной информации подготовить приказ по основной деятельности на бланке конкретного вида документа:

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «ЛУЖНИКИ-ПАРК» Ленинский просп., д. 22, корп. 1, г. Москва, 122033; Тел./факс (495) 913-44-56; (495) 913- 44-80; ОКПО 2356447; ОГРН 1127776500001;ИНН/КПП 0112220000/011777000 Ген. директор А.П. Иванов Первый зам. ген. директора Федорова В. Д. Гл. бухгалтер Кузина Р. Д.Начальник планово-финансового отдела Григорьева Н.Е. Начальник юридического отдела Григорьев Н.Е. Главный художник Филатова А. М.</i>
Исходные данные для оформления приказа

На основании постановления правительства Москвы от 28.08.2012г. № 86 «О проведении в ноябре 2013 г. международной выставки туристических и гостиничных услуг» генеральный директор издал приказ от 10.09.2012г. № 14 «О подготовке к выставке». Главному художнику было поручено подготовить и представить на утверждение до 01.10.2012г. перечень оборудования, необходимого для монтажа и художественного оформления выставки.

До 15.10.2012г. начальнику планово-финансового отдела разработать и представить на утверждение смету затрат на подготовку и проведение выставки.

Главный бухгалтер должна обеспечить оплату работ, приобретение оборудования и материалов, а также выплату гонораров творческим работникам по заключенным трудовым договорам.

Контроль за исполнением приказа возложить на первого зам. генерального директора.

12. На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить бланк конкретного вида документа и бланк письма с продольным расположением реквизитов

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «НИКС» 123456 г. Москва, бульвар Звездный, д. 40, Тел. (495) 216-70-06; факс (495) 216-70-09; e-mail: niks@mail.ru ОКПО 2356447; ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Ген. директор А.Т. Круглов Зам. ген. директора Козин П.Н. Юрисконсульт Второв В.Р. Зав. канцелярией Ромина П.П. Секретарь руководителя Суркова Л.И. Архивариус Петров Н.М.

13. На основании теоретического материала и ниже приведенной информации составить служебное письмо на бланке письма с продольным расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «НИК» 690014г. Владивосток, ул. Тульская, д. 5, Тел./факс: (352) 5-47-20; e-mail: nik@nik.com ОКПО 08862635; ОГРН 1047400340354 ИНН/КПП 7706022750/778006001 Ген. директор С.И. Привалов Административный директор Фомичев Г.Г. Секретарь-референт Дементьева В.А. Начальник отдела кадров Ефимова Е. Д. Юрисконсульт Морозов В.П.. Юрисконсульт И.П. Матвеев
Исходные данные для оформления служебного письма
Генеральный директор 21.09.2012г. ответил Руководителю тренинговой компании «СтартМ» Васильеву Р.Ю. г. Тверь, ул. Фадеева 12, 170040 о возможности проведения тренинга для секретарей руководителей структурных подразделений компании. Исполнителем В.Т. Тороповой (тел. 35 58 11) было оформлено письмо за №35/01-14, в котором отмечено, что было рассмотрено предложение по организации тренинга «Эффективная коммуникация» для секретарей руководителей структурных подразделений компании. Также сообщили, что аналогичный тренинг был проведен для секретарей компании в 2011г., поэтому организацию данного мероприятия посчитали не целесообразной.

14. На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить общий бланк и бланк письма с угловым расположением реквизитов

Наименование организации и справочные данные
ООО «АВТОХИМИЯ» 117312, Москва, Ферсмана ул., д. 5/1 Тел. 721-3333; факс 721-1900; e-mail: avto@avto.ru ОКПО 02324789, ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Директор Корин А.П. Зам. Директора Трошин М.В. Начальник планового отдела Петров О.К. Главный инженер Яковлев Л. Д. Юрисконсульт Морозов В. П.

15. На основании теоретического материала и ниже приведенной информации составить служебное письмо на бланке письма с продольным расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «НИКС» 123456 г. Москва, бульвар Звездный, д. 40, Тел. (495) 216-70-06; факс (495) 216-70-09; e-mail: niks@mail.ru ОКПО 2356447; ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Ген. директор А.Т. Круглов Зам. ген. директора Козин П.Н. Юрисконсульт Второв В.Р. Зав. канцелярией Ромина П.П. Секретарь руководителя Суркова Л.И. Архивариус Петров Н.М.
Исходные данные для оформления служебного письма
Исполнителем Петровой Г. А. (576-88-91) по поручению зав. канцелярией было составлено письмо от 16.08.2012г. за № 07-14/635 в адрес ООО «Полиформ», руководителю службы ДОУ И.П. Мавриной о дополнительной выписке документов. В письме сообщалось что, полученные 16.08.2012г. материалы из ООО «Полиформ» отсутствуют 3-я страница в Перечне выпускаемой продукции. Также просили срочно (лучше по факсу) выслать недостающие сведения, необходимые для заключения договора в соответствии с подписанным ранее соглашением. Также выразили надежду на развитие долгосрочного сотрудничества организаций. К письму шло приложение: акт проверки полученных документов на 1 л. в 1 экз.

16. На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить общий бланк и бланк письма с угловым расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «ЛУЖНИКИ-ПАРК» Ленинский просп., д. 22, корп. 1, г. Москва, 122033; Тел./факс (495) 913-44-56; (495) 913- 44-80; ОКПО 2356447; ОГРН 1127776500001;ИНН/КПП 0112220000/011777000 Ген. директор А.П. Иванов Первый зам. ген. директора Федорова В. Д. Гл. бухгалтер Кузина Р. Д.Начальник планово-финансового отдела Григорьева Н.Е. Начальник юридического отдела Григорьев Н.Е. Главный художник Филатова А. М.

17. На основании теоретического материала и ниже приведенной информации соста-

вить служебное письмо на бланке письма с угловым расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «НИК» 690014г. Владивосток, ул. Тульская, д. 5, Тел./факс: (352) 5-47-20; e-mail: nik@nik.com ОКПО 08862635; ОГРН 1047400340354 ИНН/КПП 7706022750/778006001 Ген. директор С.И. Привалов Административный директор Фомичев Г.Г. Секретарь-референт Дементьева В.А. Начальник отдела кадров Ефимова Е. Д. Юрисконсульт Морозов В.П.. Юрисконсульт И.П. Матвеев
Исходные данные для оформления служебного письма
Генеральный директор 21.09.2012г. ответил Руководителю тренинговой компании «СтартМ» Васильеву Р.Ю. г. Тверь, ул. Фадеева 12, 170040 о возможности проведения тренинга для секретарей руководителей структурных подразделений компании. Исполнителем В.Т. Тороповой (тел. 35 58 11) было оформлено письмо за №35/01-14, в котором отмечено, что было рассмотрено предложение по организации тренинга «Эффективная коммуникация» для секретарей руководителей структурных подразделений компании. Также сообщили, что аналогичный тренинг был проведен для секретарей компании в 2011г., поэтому организацию данного мероприятия посчитали не целесообразной.

18. На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить бланк конкретного вида документа и бланк письма с продольным расположением реквизитов

Наименование организации и справочные данные
ООО «АВТОХИМИЯ» 117312, Москва, Ферсмана ул., д. 5/1 Тел. 721-3333; факс 721-1900; e-mail: avto@avto.ru ОКПО 02324789, ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Директор Корин А.П.Зам. Директора Трошин М.В. Начальник планового отдела Петров О.К. Главный инженер Яковлев Л. Д.Юрисконсульт Морозов В. П.

19. На основании теоретического материала и ниже приведенной информации составить служебное письмо на бланке письма с угловым расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
ООО «АВТОХИМИЯ» 117312, Москва, Ферсмана ул., д. 5/1 Тел. 721-3333; факс 721-1900; e-mail: avto@avto.ru ОКПО 02324789, ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Директор Корин А.П.Зам. Директора Трошин М.В. Начальник планового отдела Петров О.К. Главный инженер Яковлев Л. Д.Юрисконсульт Морозов В. П.
Исходные данные для оформления служебного письма

Исполнителем А. М. Малышевой (тел. (8512) 31-13-15) по поручению директора 28.06.12 № 129/01-15 был отправлен ответ на письмо на № 189/07-09 от 21.05.12 генеральному директору ОАО «Стройлидер»

А. П. Кудряеву о строительстве библиотеки.

В письме сообщалось, что предприятие согласно принять участие в строительстве здания библиотеки по адресу: г. Астрахань, ул. Горького, 25, стр. 2, после заключения договора о сотрудничестве (договор на 4 л. в 2 экз.).

- 20.** На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить бланк конкретного вида документа и бланк письма с продольным расположением реквизитов

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «СВЕТОЧ»</i> 170000, г. Тверь, Волжская ул., 14, Тел. 355815, факс 355816, E-mail: svetoch@intex.ru ОКПО 03115207 ОГРН 1154800218751 ИНН/КПП 7700182510/772002001 Директор Ю.Н. Трифонов Зам. директора по общим вопросам О. Д. Семенов Офис-менеджер Егорова А.И. Зав. копировально-множительной службы Краснов С. А. секретарь-референт Абрамов И. Г. Юрисконсульт И.П. Матвеев

Вопросы к зачету

1. Предмет, содержание и задачи современного делопроизводства
2. Место и роль документов в управлении на современном этапе.
3. Понятие документа. Классификация документов. Функции документов.
4. Классификация деловых документов: по видам деятельности; по юридической силе, по срокам исполнения
5. Классификация деловых документов: по стадиям подготовки, по происхождению, по степени унификации
6. Унификация и стандартизация как деятельность по совершенствованию формы и содержания документа.
7. Национальная и международная стандартизация документов.
8. Характеристика основных государственных стандартов, устанавливающих требования к оформлению управленческих документов, их сопоставимость со стандартами Международной организации по стандартизации (ИСО)
9. Унификация и стандартизация носителей информации, форматов бумаги, правил оформления документов.
10. Требования к тексту документа.
11. Нормы официально-делового стиля.
12. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 01 герб, 02 эмблема, 03 товарный знак, 04 код формы документа
13. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 05 наименование организации-автора документа, 06 наименование структурного подразделения-автора документа, 07 наименование должности лица-автора документа
14. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 08 справочные данные об организации, 09 наименование вида документа, 10 дата документа
15. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 11 регистрационный номер документа, 12 ссылка на регистрационный номер и дату документа.
16. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 13 место составле-

- ния (издания) документа, 14 гриф ограничения доступа к документу
17. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 15 адресат
 18. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 16 гриф утверждения документа, 17 заголовки к тексту
 19. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 18 текст
 20. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 19 отметка о приложении, 23 отметка об электронной подписи
 21. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 20 гриф согласования документа, 21 виза
 22. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 22 подпись, 24 печать, 25 отметка об исполнителе
 23. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 26 отметка о заверении копии 27 отметка о поступлении документа, 29 отметка о контроле
 24. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 28 резолюция, 30 отметка о направлении документа в дело
 25. Понятие и виды организационно-распорядительной документации
 26. Назначение и состав организационно-правовой документации
 27. Система организационной документации. Устав.
 28. Система организационной документации. Учредительный договор.
 29. Система организационной документации. Положение об организации (структурном подразделении).
 30. Система организационной документации. Регламент.
 31. Система организационной документации. Штатное расписание.
 32. Система организационной документации. Инструкция/должностная инструкция.
 33. Система распорядительной документации: ее назначение и состав.
 34. Организационно-распорядительные документы. Оформление и составление приказа, распоряжения, решения.
 35. Организационно-распорядительные документы. Оформление и составление актов, протоколов.
 36. Информационно-справочная документация. Докладная записка
 37. Информационно-справочная документация. Служебная записка
 38. Информационно-справочная документация. Объяснительная записка
 39. Информационно-справочная документация. Заявление
 40. Информационно-справочная документация. Переписка
 41. Классификация служебных писем по различным признакам.
 42. Понятие документооборота. Документопотоки. Определение организации работы с документами.
 43. Прием и первичная обработка документов. Предварительное рассмотрение и распределение документов.
 44. Регистрация документов, формы регистрации. Контроль за исполнением документов.
 45. Информационно-справочная работа. Отправка документов. Систематизация и текущее хранение дел.
 46. Номенклатура дел и ее виды.
 47. Правила составления и оформления номенклатуры дел.
 48. Формирование и хранение дел. Оформление дел.
 49. Составление описей. Передача дел в архив.
 50. Организация работы с конфиденциальными документами.
-

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Деловая корреспонденция»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.3: Применяет навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; применяет методы принятия решений
Знать: основы научного поиска и практической работы с информационными источниками
Уметь: осуществлять научный поиск и практическую работу с информационными источниками
Владеть: методами принятия решений
Показатель оценивания: умение осуществлять научный поиск и практическую работы с информационными источниками; применяет методы принятия решений
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.1: Понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
Показатель оценивания: владение навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации.
УК-4.2: Применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности
Показатель оценивания: владение навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации

Шкала оценивания – «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценивания:

Оценка «зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Соблюдаются литературно-языковые нормы. Допускаются нарушения в последовательности изложения. Практическое задание выполнено в соответствии с ГОСТ Р 7.0.97-2016

Оценка «не зачтено». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм. Практическое задание выполнено с грубым нарушением ГОСТ Р 7.0.97-2016

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-1.3: Применяет навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; применяет методы принятия решений
Знать: основы научного поиска и практической работы с информационными источниками
Уметь: осуществлять научный поиск и практическую работу с информационными источниками
Владеть: методами принятия решений

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Автором служебного письма является:

- А. должностное лицо, отправившее письмо
- Б. должностное лицо, зарегистрировавшее письмо в журнале регистрации
- В. исполнитель письма, подготовивший его текст
- Г. лицо, от имени которого посылается письмо

2. В каком случае правильно оформлен реквизит «Подпись» на бланке документа?

- Д. Генеральный директор В. А. Петрова
- Е. Генеральный директор Петрова В. А.
- Ж. Генеральный директор ОАО «Нива» В. А. Петрова

3. Реквизит документа — это:

- А. стандартный лист бумаги, на котором отображена постоянная информация и отведено определенное место для переменной
- Б. совокупность расположенных в определенной последовательности записей, присущих определенным видам документов
- В. элемент оформления документа, расположенный в строго определенном месте согласно формуляру для каждого типа документа

4. В каких документах не указывается реквизит "Наименование вида документа"?

- А. в протоколах
- Б. в распоряжениях
- В. в письмах
- Г. в заявлениях

5. Краткое изложение смысла документа содержится в реквизите ...

- А. резолюция
- Б. текст документа
- В. отметка о контроле
- Г. заголовок к тексту

6. Дополните фразу. _____ - деловое письмо, составляющееся по определенному образцу в виде стандартного текста или текста, составленного из стандартных синтаксических конструкций.

7. Дополните фразу. _____ - деловое письмо, представляющее собой авторский текст, написанный в виде формально-логического или этикетного текста, вклю-

чающего, как правило, элементы повествования (историю вопроса), этикетную рамку и речевое действие.

8. Практическое задание.

На основании теоретического материала и ниже приведенной информации составить служебное письмо на бланке письма с угловым расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «СВЕТОЧ»</i> 170000, г. Тверь, Волжская ул., 14, Тел. 355815, факс 355816, E-mail: svetoch@intex.ru ОКПО 03115207 ОГРН 1154800218751 ИНН/КПП 7700182510/772002001 Директор Ю.Н. Трифонов Зам. директора по общим вопросам О. Д. Семенов Офис-менеджер Егорова А.И. Зав. копировально-множительной службы Краснов С. А. секретарь-референт Абрамов И. Г.
Исходные данные для оформления служебного письма
<i>Генеральному директору ЗАО «Конструктор» господину Сизову В.Д. ген. директор довел до сведения о срыве поставок по договору. Условия договора от 09.07.2012г. №141/15/07 ЗАО «Конструктор» не выполняются: полностью сорваны поставка продукции в сентябре месяце.</i> <i>Также предупредил, что если до конца октября 2012г. вся продукция не будет отгружена предприятию по условиям договора, будем вынуждены обратиться в арбитраж.</i> <i>Письмо было составлено 19.10.2012г. за № 05-12/2389 исполнителем В.А. Голубевой, тел. для справок 187-12-85.</i>

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Закончите начатое предложение: Документооборот — это движение документов в организации с момента их создания до:

- А. передачи на исполнение
- Б. подшивки в дело
- В. уничтожения
- Г. завершения исполнения или отправки

2. Какая форма работы с документами подходит для организаций, деятельность которых требует особенно тщательной защиты информации

- А. централизованная
- Б. смешанная
- В. децентрализованная

3. Носителем информации является:

- А. материальный объект, который нужен для фиксации, хранения (и воспроизведения) речевой, звуковой или изобразительной информации;
- Б. создатель документа;
- В. структурное подразделение, выполняющее функции по ведению документооборота.

4. Цифровой или буквенно-цифровой идентификатор документа, включающий порядковый номер, дополняемый по желанию индексами согласно используемым классификаторам, называется:

- А. регистрационным номером документа;
- Б. грифом;
- В. датой документа.

5. Расставить в буквенном варианте последовательность расположения реквизитов в деловом письме:

- А. Регистрационный номер;
- Б. Дата
- В. Адресат
- Г. Справочные данные
- Д. Отметка об исполнителе
- Е. Подпись

6. Установить соотношение:

1. Текст	А. Индекс
2. Подпись	Б. Основная часть документа
3. Регистрационный номер	В. Удостоверение

7. Дополните фразу. Ссылка на регистрационный номер и дату документа — это

8. Практическое задание.

На основании теоретического материала и ниже приведенной информации составить служебное письмо на бланке письма с угловым расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «НИКС»</i> 123456 г. Москва, бульвар Звездный, д. 40, Тел. (495) 216-70-06; факс (495) 216-70-09; e-mail: niks@mail.ru ОКПО 2356447; ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Ген. директор А.Т. Круглов Зам. ген. директора Козин П.Н. Юрисконсульт Второв В.Р. Зав. канцелярией Ромина П.П. Секретарь руководителя Суркова Л.И. Архивариус Петров Н.М.
Исходные данные для оформления служебного письма
<i>Исполнителем Петровой Г. А. (576-88-91) по поручению зав. канцелярией было составлено письмо от 16.08.2012г. за № 07-14/635 в адрес ООО «Полиформ», руководителю службы ДОУ И.П. Мавриной о дополнительной выписке документов. В письме сообщалось что, полученные 16.08.2012г. материалы из ООО «Полиформ» отсутствуют 3-я страница в Перечне выпускаемой продукции.</i> <i>Также просили срочно (лучше по факсу) выслать недостающие сведения, необходимые для заключения договора в соответствии с подписанным ранее соглашением.</i> <i>Также выразили надежду на развитие долгосрочного сотрудничества организаций. К письму шло приложение: акт проверки полученных документов на 1 л. в 1 экз.</i>

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.1: Понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и
Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
Уметь: учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
Владеть: навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Элементы документа называются:

- А. его составными частями;
- Б. реквизитами;
- В. служебными отметками

2. Реквизиты «Герб» и «Эмблема организации» являются:

- А. взаимозаменяемыми;
- Б. взаимодополняющими;
- В. взаимоисключающими

3. Наименование организации, являющейся автором документа, должно соответствовать наименованию:

- А. воспроизведенному на печати организации;
- Б. закреплённому в учредительных документах;
- В. утверждённому вышестоящей организацией.

4. Верно ли утверждение: наименование вида документа проставляется на всех документах?

- А. верно;
- Б. неверно

5. Реквизит «адресат» указывается:

- А. на всех документах;
- Б. в письмах;
- В. в письмах и приказах

6. Подпись включает:

- А. наименование должности лица, подписавшего документ (с указанием предприятия, если документ оформлен не на бланке), личную подпись и ее расшифровку, дату подписания;
- Б. наименование должности лица, подписавшего документ, личную подпись и дату;
- В. наименование должности лица, подписавшего документ (с указанием предприятия, если документ оформлен не на бланке), личную подпись и ее расшифровку

7. Автором служебного письма является...

- А. организация, фирма, от имени которой посылается письмо;
- Б. должностное лицо, которое посылает письмо;

- В. исполнитель, который готовит письмо;
Г. лицо, отправившее письмо.

- 8. Практическое задание.** На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить бланк конкретного вида документа и бланк письма с продольным расположением реквизитов

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «СВЕТОЧ»</i> 170000, г. Тверь, Волжская ул., 14, Тел. 355815, факс 355816, E-mail: svetoch@intex.ru ОКПО 03115207 ОГРН 1154800218751 ИНН/КПП 7700182510/772002001 Директор Ю.Н. Трифонов Зам. директора по общим вопросам О. Д. Семенов Офис-менеджер Егорова А.И. Зав. копировально-множительной службы Краснов С. А. секретарь-референт Абрамов И. Г. Юрисконсульт И.П. Матвеев

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Что из перечисленного является формами делового общения?**

- А. совещание;
Б. разговор по телефону;
В. конференция;
Г. деловое письмо (невербальная форма).

- 2. В каких документах употребляется глагол-действие «просить»?**

- А. жалоба;
Б. служебная записка;
В. заявление;
Г. доверенность

Прочитайте предложения, взятые из деловых писем. Найдите в них нарушения административного речевого этикета.

3. Не откажите нам в любезности и пришлите, если это Вас не затруднит, проект Устава фирмы.
4. Институт просит представить ваши экспонаты для выставки в приемлемом для экспонирования виде.
5. Направляем Вам откорректированный проект нового Положения. Просим рассмотреть и утвердить.
6. Мы просили бы Вас сообщить нам результаты эксперимента.

- 7. Закончите фразы деловых писем:**

- А. На основании торгового соглашения...
Б. В ответ на ваш запрос...
В. Напоминаем, что...
Г. Ставим Вас в известность, что...

Д. Ваше предложение отклонено...

Е. Мы можем рекомендовать Вам...

8. Практическое задание. Составьте письмо-ответ ООО «Сайл» на просьбу строительно-монтажной фирмы «Альтарес» разработать проектно-сметную документацию на строительство жилого дома в пос. Шкотово.

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.2: Применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать: основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь: применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть: навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности

Вариант 1.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Документационное обеспечение управления — это:

- А. движение документов в организации с момента их создания или получения до завершения исполнения
- Б. отрасль деятельности, обеспечивающая документирование и организацию работы с официальными документами
- В. комплекс основных положений, определяющих и регламентирующих организацию документируемых процессов на предприятии
- Г. запись информации на различных носителях по установленным правилам

2. Бланк документа — это:

- А. документ информационного характера, содержащий описание производственной деятельности организации
- Б. лист бумаги или электронный шаблон с реквизитами, идентифицирующими автора официального документа
- В. документ, подтверждающий факты, события, действия
- Г. совокупность расположенных в определенной последовательности записей, присущих определенным видам документов

3. Укажите требуемый размер правого поля в организационно-распорядительных документах согласно ГОСТ 7.0.97-2016

- А. 10 мм
- Б. 15 мм
- В. не менее 8 мм
- Г. не менее 15 мм

4. Реквизит документа — это:

- А. стандартный лист бумаги, на котором отображена постоянная информация и отведено определенное место для переменной
- Б. совокупность расположенных в определенной последовательности записей, присущих определенным видам документов
- В. элемент оформления документа, расположенный в строго определенном месте согласно формуляру для каждого типа документа

5. Установите соответствие между заимствованными словами, характерными

для официально-деловой речи, и их значениями:

1) альянс	а) согласие
2) консенсус	б) вложение
3) респондент	в) союз
4) квота	г) доля
5) инвестиции	д) претензия
6) рекламация	е) опрашиваемый

6. Какова смысловая последовательность по степени выражения волеизъявления?

- А. просить;
- Б. приказывать;
- В. настаивать.

7. В каких документах не указывается реквизит "Наименование вида документа"?

- А. в протоколах
- Б. в распоряжениях
- В. в письмах
- Г. в заявлениях

8. Практическое задание. На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить общий бланк и бланк письма с угловым расположением реквизитов

Наименование организации и справочные данные
Закрытое акционерное общество «НИК» 690014г. Владивосток, ул. Тульская, д. 5, Тел./факс: (352) 5-47-20; e-mail: nik@nik.com ОКПО 08862635; ОГРН 1047400340354 ИНН/КПП 7706022750/778006001 Ген. директор С.И. Привалов Административный директор Фомичев Г.Г. Секретарь-референт Дементьева В.А. Начальник отдела кадров Ефимова Е. Д. Юрисконсульт Морозов В.П.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Реквизит «Отметка об исполнителе»:

- А. необходим для оперативной связи с тем, кто составил документ
- Б. является одним из основных способов удостоверения документа
- В. фиксирует указания руководителя по поводу исполнения документа

2. Датой протокола является:

- А. дата подписания протокола
- Б. дата проведения заседания
- В. дата регистрации протокола

3. В каком случае правильно оформлен реквизит «Отметка о заверении копии»?

- А. Копия верна
Инспектор отдела кадров Подпись И. И. Петрова
- Б. Верно
Инспектор отдела кадров Подпись И. И. Петрова
- В. Верно
Инспектор отдела кадров Подпись И. И. Петрова
16.03.2012

4. Установите соответствие типов речевых действий и ключевых слов документа:

1) сообщение	а) объявляем
2) предложение	б) не можем выполнить
3) требование	в) уведомляем
4) заявление	г) настаиваем
5) обещание	д) обязуемся
6) отказ	е) предлагаем

5. Официально – деловой стиль обслуживает...

- А. сферу деловых отношений;
- Б. обиходно – бытовое общение;
- В. область права и государственной политики;
- Г. публичные выступления.

6. Совокупность реквизитов и схема их расположения в документе составляют _____ документа.

- А. бланк;
- Б. формуляр;
- В. композицию;
- Г. номенклатуру.

7. К языковым чертам официально-делового стиля относятся:

- А. экспрессивность;
- Б. «сухость» изложения;
- В. экономность в использовании языковых средств;

8. Практическое задания:

На основании теоретического материала и в соответствии ГОСТ Р 7.0.97-2016 оформить бланк конкретного вида документа и бланк письма с продольным расположением реквизитов:

Наименование организации и справочные данные
<i>Закрытое акционерное общество «НИКС»</i> 123456 г. Москва, бульвар Звездный, д. 40, Тел. (495) 216-70-06; факс (495) 216-70-09; e-mail: niks@mail.ru ОКПО 2356447; ОГРН 1127776500001; ИНН/КПП 0112220000/011777000 Ген. директор А.Т. Круглов Зам. ген. директора Козин П.Н. Юрисконсульт Второв В.Р. Зав. канцелярией Ромина П.П. Секретарь руководителя Суркова Л.И. Архивариус Петров Н.М.

Вопросы к зачету

1. Требования к тексту документа.
2. Нормы официально-делового стиля.
3. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 01 герб, 02 эмблема, 03 товарный знак, 04 код формы документа
4. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 05 наименование организации-автора документа, 06 наименование структурного подразделения-автора документа, 07 наименование должности лица-автора документа
5. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 08 справочные данные об организации, 09 наименование вида документа, 10 дата документа
6. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 11 регистрационный номер документа, 12 ссылка на регистрационный номер и дату документа.
7. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 13 место составления (издания) документа, 14 гриф ограничения доступа к документу
8. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 15 адресат
9. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 16 гриф утверждения документа, 17 заголовок к тексту
10. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 18 текст
11. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 19 отметка о приложении, 23 отметка об электронной подписи
12. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 20 гриф согласования документа, 21 виза
13. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 22 подпись, 24 печать, 25 отметка об исполнителе
14. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 26 отметка о заверении копии 27 отметка о поступлении документа, 29 отметка о контроле
15. Реквизит организационно-распорядительных документов (ОРД) 28 резолюция, 30 отметка о направлении документа в дело
16. Деловая корреспонденция и его характеристики.
17. Основные понятия деловой переписки.
18. Классификация служебных писем по различным признакам.
19. Реквизиты, входящие в состав общего бланка

20. Реквизиты, входящие в состав бланка письма
21. Формуляр-образец
22. Порядок адресования письма
23. Требования, предъявляемые к составлению и оформлению служебных писем
24. Требования, предъявляемые к составлению и оформлению телеграмм
25. Особенности составления и оформления телефонограмм
26. Особенности составления текстов деловых писем
27. Особенности официально-делового языка и стиля в деловой переписке.
28. Применение стандартных языковых формул (клише) в деловой переписке.
29. Особенности построения словосочетаний и предложений в деловой переписке
30. Типичные языковые ошибки в деловом письме.
31. Принципы выбора формы обращения при создании современного делового письма.
32. Деловой этикет: способы обращения к адресату, заключительные этикетные фразы.
33. Формулировка просьбы, запроса, напоминания, требования.
34. Выражение благодарности, сожаления, сочувствия, приглашения, поздравления и др.
35. Формулировки отказа.
36. Композиционная структура делового письма: способы изложения содержания, простые (одноаспектные) и сложные (многоаспектные письма).
37. Сообщения электронной почты.
38. Виды и разновидности электронной переписки.
39. Правила телеграфной связи: телеграмма, телефонограмма.
Факсимильное сообщение: правила составления и оформления. Электронное сообщение и перспективы развития данной формы корреспонденции

3. *Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций*

Зачет проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Право»***



1. *Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы*

УК-2.1: Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
УК-10.1: Понимает сущность коррупционного поведения, экстремисткой и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
Знать: сущность коррупционного поведения, экстремизму и терроризму
Уметь: определять взаимосвязь коррупционного поведения, экстремизма и терроризма с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
Владеть: навыками выявления коррупционного поведения, экстремизма и терроризма
УК-10.2: Анализирует, толкует и правильно применяет правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Знать: правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Уметь: анализировать правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Владеть: навыками толкования и применения правовых норм в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.

2. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-2.1: Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1.К юридическим функциям права относится:

- А. Формирование духовной сферы общества;
- Б. Создание товарно-материальных ценностей;
- В. Охрана социально значимых общественных ценностей;
- Г. Воспитание личности.

2.Субъективное право – это:

- А. Система правовых норм изданных государством;
- Б. Определенная система идей о том, каким должно быть право в государстве;
- В. Юридически обеспеченная возможность субъекта права совершать определенные поступки, пользоваться определенными социальными благами;
- Г. Моральное право личности на совершение или отказ от совершения определенных поступков.

3.События или действия, наступление которых влечет юридические последствия, называются:

- А. Правоотношения;
- Б. Юридическими фактами;
- В. Юридической ответственностью;
- Г. Правонарушениями.

4. Найдите соответствие:

1. Акты применения права		А	официальный документ, принятый (изданный) в определенной форме правотворческим органом в пределах его компетенции и направленный на установление, изменение и отмену правовых норм.
2. Нормативно-правовой акт		Б	определённая форма юридической деятельности, направленная на создание, дополнение и отмену различных видов норм (правил, стандартов поведения), действующих в обществе.
3. Кодификация		В	правовые акты компетентного органа или должностного лица, изданные на основании установленных факторов и норм права, определяющие права, обязанности или меру юридической ответственности конкретных лиц. К актам применения права предъявляются требования законности, обоснованности, целесообразности.
4. Нормотворчество		Г	вид систематизации, который предполагает переработку норм права по содержанию и их систематизированное, научно обоснованное изложение в новом законе (например, своде законов, кодексе, основах законодательства и др.).

5. Укажите правильную последовательность:

Законодательный процесс – это порядок деятельности по организации и принятию закона или иного нормативного акта. Можно выделить последовательные стадии этого процесса:

- А. анализ законопроекта в парламентских палатах и комитетах;
- Б. законодательная инициатива;
- В. опубликование закона;
- Г. принятие закона и утверждение закона.

6. Дополните фразу. Механизм правового регулирования– это _____

7. Дополните фразу. Нормативный договор как источник права – это _____

8. Ситуационная задача.

С Казаковым был заключен трудовой договор и установлен месячный испытательный срок; по указанию руководителя он приступил к работе с 12 апреля, хотя в трудовом договоре и приказе о приеме на работу датой начала работы значилось 15 апреля. 14 мая с Казаковым был расторгнут трудовой договор в связи с тем, что он не выдержал испытания.

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В Российской Федерации не являются источниками права:

- А. Правовые обычаи;
- Б. Судебные прецеденты;
- В. Нормативно – правовые акты;
- Г. Нормативно – правовые договоры.

2. Из указанных юридических понятий к элементам нормы права относятся:

- А. Юридический факт;
- Б. Статья нормативного акта;
- В. Диспозиция;
- Г. Юридическая коллизия.

3. Акты применения права обладают следующими отличительными чертами:

- А. Представляют собой нормативно-правовые акты;
- Б. Исходят от государства;
- В. Содержат государственно – властные предписания общего характера;
- Г. Содержат индивидуальные властные предписания.

4. Найдите соответствие:

1. Отрасль права		А	порядок образования и способ организации высших органов власти.
2. Федеральный закон		Б	это обособленная совокупность юридических норм, институтов, регулирующих однородные общественные отношения. Она отражает высокий уровень системообразующих связей, характеризуется определенной целостностью, автономностью. Отрасли подразделяются на материальные и процессуальные. В основе деления системы права на отрасли и институты лежат предмет и метод правового регулирования.
3. Организация		В	нормативный правовой акт высшей юридической силы по отношению к иным актам, содержащий первичные нормы права, принятый в установленном порядке ФС РФ либо путем всенародного голосования.
4. Форма правления		Г	1) внутренняя упорядоченность, согласованность, взаимодействие более или менее дифференцированных и автономных частей целого, обусловленное его строением; 2) совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого; 3) объединение людей, совместно реализующих программу или цель и действующих на основе определенных правил и процедур.

5. Укажите правильную последовательность:

Виды мер административного принуждения в установленной КоАП последовательности:

- А. Меры административного предупреждения. Основная цель – предупредить наступление неблагоприятных последствий или совершение правонарушения.
- Б. Меры обеспечения производства по делам об административных правонарушениях. Функция – обеспечить правильное и своевременное производство по делу, а также исполнение решения.
- В. Меры административного пресечения. Направлены на прекращение противоправных действий, которые уже имеют место.
- Г. Меры административной ответственности. Возложение неблагоприятных последствий на субъекта, совершившего правонарушение

6. Дополните фразу. Правовая норма— это _____

7. Дополните фразу. Виды юридической ответственности— это _____

8. Ситуационная задача.

Государственное предприятие в связи с переходом на выпуск другой продукции приступило к реализации ненужных ему материальных ценностей. Уполномоченный Комитета по управлению городским имуществом вручил директору предприятия предписание воздержаться от реализации ценностей по тем основаниям, что в свое время они были приобретены за счет централизованных капитальных вложений. К тому же в настоящее время идет подготовка документов о преобразовании предприятия в казенное. В ходе преобразования по согласованию с комитетом и решиться вопрос о судьбе ценностей: кому и в каком порядке они будут переданы или же останутся у предприятия. Как разрешить возникший спор?

УК-10.1: Понимает сущность коррупционного поведения, экстремистской и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями

Знать: сущность коррупционного поведения, экстремизму и терроризму

Уметь: определять взаимосвязь коррупционного поведения, экстремизма и терроризма с социальными, экономическими, политическими и иными условиями

Владеть: навыками выявления коррупционного поведения, экстремизма и терроризма

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Главным правовым отличием преступлений от проступков является:

- А. Регламентация различными правовыми актами;
- Б. Вид юридической ответственности, налагаемый на субъекта правонарушения;
- В. Правовые последствия;
- Г. Степень социальной опасности.

2.Объективное право – это:

- А. Система правовых норм изданных государством;
- Б. Определенная система идей о том, каким должно быть право в государстве;
- В. Юридически обеспеченная возможность субъекта права совершать определенные поступки, пользоваться определенными социальными благами;
- Г. Моральное право личности на совершение или отказ от совершения определенных поступков.

3.К источникам права относят:

- А. Нормы морали;
- Б. Нормы этикета;
- В. Судебные прецеденты;
- Г. Правоприменительные акты.

4. Найдите соответствие:

1. Безопасность		А	отрасль государственного управления и система обслуживающих его учреждений.
2. Ведомство		Б	состояние правовой защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз, а также противоправных посягательств.
3. Гражданство		В	применительно к Российской Федерации, где основным законом является Конституция РФ, данный принцип означает, что все другие законы и подзаконные акты должны издаваться на основе основного закона и не противоречить ему.
4. Верховенство закона		Г	устойчивая правовая связь человека с государством, выражающаяся в совокупности их взаимных прав, обязанностей и ответственности, основанная на признании и уважении достоинства, основных прав и свобод человека.

5. Укажите правильную последовательность:

Этапы процесса заключения договора купли-продажи предприятия:

- А. Государственная регистрация договора купли-продажи предприятия. Уведомление кредиторов.
- Б. Подписание договора купли-продажи предприятия сторонами. Анализ информации
- В. Подготовка документов, которые являются неотъемлемой частью договора купли-продажи предприятия Сбор необходимой информации.
- Г. Принятие решения о купле-продаже полномочным органом юридического лица.

6. Дополните фразу. Государственное управление– это _____

7. Дополните фразу. Документ, удостоверяющий личность– это _____

8. Ситуационная задача.

Государственное предприятие заключило договор с коммерческой фирмой на реализацию излишнего оборудования. Ещё до того, как стороны приступили к выполнению договорных обязательств, государственное предприятие было преобразовано в казённое. Мингосимущество РФ запретило предприятию исполнять договор и потребовало его расторжения. Коммерческая фирма требует исполнения договора под угрозой применения штрафных санкций, ссылаясь на то, что решение о преобразовании предприятия в казённое не может затрагивать обязательства, возникшие до того, как статус предприятия был изменён. Спор поступил на рассмотрение арбитражного суда.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Обусловленная правом способность лица иметь субъективные юридические права и обязанности, то есть быть участником правоотношения, называется:

- А. Дееспособностью;
- Б. Правоспособностью;
- В. Естественное право;
- Г. Позитивное право.

2.Юридический состав правонарушения состоит из следующих элементов:

- А. Гипотеза, диспозиция, санкция;
- Б. Вводная, описательная, мотивировочная, резолютивная части;
- В. Объект, субъект, субъективное право и юридическая обязанность;
- Г. Объект, субъект, объективная сторона, субъективная сторона.

3.Признаками права являются:

- А. Регламентирующий характер;
- Б. Охранительный характер;
- В. Общеобязательность;
- Г. Системность.

4. Найдите соответствие:

1.Исковая давность		А	Норма, определяющая, право какого государства должно быть применено к соответствующему правоотношению.
2.Коллизионная норма		Б	Установленный законом промежуток времени, в течение которого возможна принудительная защита нарушенного гражданского права средствами искового судопроизводства.
3.Лицо без гражданства		В	результат согласования волей различных государств, принимающих участие в них, т.е. представляют собой соглашения государств относительно признания норм в качестве юридически обязательных правил.
4.Международный договор		Г	Лицо, не принадлежащее к гражданству Российской Федерации и не имеющее доказательств принадлежности к гражданству другого государства. Личный закон такого физического лица — право страны в которой данное лицо имеет место жительства.

5.Укажите правильную последовательность:

Применения административных мер, усиливающих наказание:

- А. Административное задержание;
- Б. Штрафные санкции;
- В. Административный арест;

Г. Привод.

6. Дополните фразу. Государственный служащий — это _____

7. Дополните фразу. Меры обеспечения производства по делу об административном правонарушении— это _____

8. Ситуационная задача.

Возложена ли на какой-либо федеральный орган исполнительной власти задача по контролю и надзору за соблюдением резидентами и нерезидентами (за исключением кредитных организаций и валютных бирж) валютного законодательства РФ, требований актов органов валютного регулирования и валютного контроля, а также за соответствием проводимых валютных операций условиям лицензий и разрешений?

Мотивируйте ответ со ссылками на нормативно – правовые акты.

УК-10.2: Анализирует, толкует и правильно применяет правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Знать: правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Уметь: анализировать правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Владеть: навыками толкования и применения правовых норм в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Государственное управление - это:

- А. Сфера функционирования органов исполнительной власти;
- Б. Непосредственная деятельность всех ветвей государственной власти, их органов и должностных лиц, по регулированию общественных отношений;
- В. Целенаправленное организующе-регулирующее воздействие государства (через систему его органов и должностных лиц) на общественные процессы, отношения и деятельность людей;
- Г. Деятельность чиновников федерального уровня и на местах.

2. К особым свойствам государственного управления можно отнести:

- А. Наличие специфического субъекта – органов государственной власти и их должностных лиц, порядок формирования и функционирования которых четко регламентирован Конституцией, федеральным законодательством, иными нормативными правовыми актами;
- Б. Наличие у субъекта управления властных полномочий – государственное управление представляет собой способ реализации государственной власти, распространяется на все общество;
- В. Масштаб охватываемых управлением общественных явлений – государственное

управление направлено на согласование интересов и действий всех граждан и социальных групп общества, удовлетворение потребностей всего населения, а не отдельных граждан, на защиту совместных интересов;

Г. Право государства на применение в процессе управления методов принуждения.

3. Государственный орган – это:

- А. Учрежденное в установленном порядке образование, выполняющее от имени государства одну или несколько функций, обладающее организационным единством, собственной компетенцией и полномочиями;
- Б. Юридически закрепленное место конкретного органа в единой системе органов государственной власти России;
- В. Объективно обусловленные виды управленческой деятельности государственного органа, его роль в системе государственного управления;
- Г. Нормативно зафиксированный перечень вопросов, решать которые орган государственной власти имеет право (уполномочен).

4. Найдите соответствие:

1. Управленческое решение		А	официальный документ, принятый (изданный) в определенной форме правотворческим органом в пределах его компетенции и направленный на установление, изменение и отмену правовых норм.
2. Нормативно-правовой акт		Б	определённая форма юридической деятельности, направленная на создание, дополнение и отмену различных видов норм (правил, стандартов поведения), действующих в обществе.
3. Государство		В	важнейший вид управленческого труда, а также совокупность взаимосвязанных, целенаправленных и логически последовательных управленческих действий, которые обеспечивают реализацию управленческих задач
4. Нормотворчество		Г	политическая форма устройства общества на определённой территории, суверенная форма публичной власти, обладающая аппаратом управления и принуждения, которому подчиняется всё население страны.

5. Укажите правильную последовательность:

Законодательный процесс – это порядок деятельности по организации и принятию закона или иного нормативного акта. Можно выделить последовательные стадии этого процесса:

- Д. анализ законопроекта в парламентских палатах и комитетах;
- Е. законодательная инициатива;
- Ж. опубликование закона;
- З. принятие закона и утверждение закона.

6. Дополните фразу. **Функции государственного управления – это**

7. Дополните фразу. **Прогнозирование в государственном управлении – это**

8. Ситуационная задача.

В рамках реализации программы по борьбе с коррупцией в органах исполнительной власти Российской Федерации и субъектов Российской Федерации

объявлен публичный конкурс на разработку свода правил антикоррупционного поведения для государственных служащих. Сформулируйте и обоснуйте несколько (не менее пяти) антикоррупционных правил поведения для государственных служащих (например, запрет иметь имущество за границей, обязанность отчитываться о своих расходах и др.).

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Государственное администрирование - это:

- А. Практическая деятельность государственных органов, технологический процесс подготовки, принятия и исполнения управленческих решений в совокупности методов и средств, с помощью которых решаются задачи государства и его структур различного уровня, осуществляется прямое и специализированное воздействие органов управления на подведомственные им органы и объекты на основе административной ответственности за выполнение решений;
- Б. Вид государственной деятельности по управлению делами государства, в рамках которого практически реализуется исполнительная власть, ее органов и должностных лиц на всех уровнях государственно-административного устройства;
- В. Разработка стратегии действий государства, формирование государственного имиджа и поведения в международных и внутренних отношениях, оно не всегда нацелено на решение общественно значимых проблем;
- Г. Целенаправленное организующе-регулирующее воздействие государства (через систему его органов и должностных лиц) на общественные процессы, отношения и деятельность людей.

2. Форма государственного правления, существующая в России:

- А. Парламентская республика
- Б. Монархия
- В. Конституционная монархия
- Г. Президентско-парламентская республика

3. Дисциплинарные взыскания налагаются на государственных, муниципальных служащих:

- А. по подчиненности вышестоящим органом или начальником
- Б. иными органами
- В. судом
- Г. прокуратурой

4. Найдите соответствие:

1. Функции государственного управления		А	порядок образования и способ организации высших органов власти.
2.Федеральный закон		Б	это деятельность государственного аппарата по оказанию влияния на общественные процессы для достижения поставленных перед государством целей.
3. Государственное администрирование		В	Нормативный правовой акт высшей юридической силы по отношению к иным актам, содержащий первичные нормы права, принятый в установленном порядке ФС РФ либо путем всенародного голосования.

4. Форма правления		Г	Практическая деятельность государственных органов, технологический процесс подготовки, принятия и исполнения управленческих решений в совокупности методов и средств, с помощью которых решаются задачи государства и его структур различного уровня, осуществляется прямое и специализированное воздействие органов управления на подведомственные им органы и объекты на основе административной ответственности за выполнение решений;
---------------------------	--	----------	---

5. Укажите правильную последовательность:

Этапы процесса принятия правовых решений:

- А. Предварительная постановка цели
- Б. Выявление юридической проблемы или задачи.
- В. Анализ информации
- Г. Сбор необходимой информации.

6. Дополните фразу. Федеративное государство — это _____

7. Дополните фразу. Референдум Российской Федерации –это _____

8. Ситуационная задача.

Одна из республик в составе РФ приняла закон, регулирующий вопросы использования воздушного пространства над её территорией в целях повышения безопасности авиационных полётов. Проанализируйте ситуацию и ответьте на вопрос. Вправе ли субъект РФ осуществлять такое законодательное регулирование?

ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности
Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор
Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. При попытке насильственного изменения конституционного строя, массовых беспорядках, межнациональных конфликтах, создающих угрозу жизни и безопасности граждан, нормальной жизнедеятельности государственных органов, может быть введен режим:

- А. Чрезвычайного положения;
- Б. Военного положения;
- В. Чрезвычайной ситуации;
- Г. Проведения контртеррористической операции.

2. Государственная дума РФ:

- А. Определяет основные направления военной политики РФ;
- Б. Утверждает указы Президента РФ о введении военного и чрезвычайного положения на территории РФ или в отдельных ее местностях, а также о привлечении Вооруженных Сил РФ, других войск, воинских формирований и органов с использованием вооружения к выполнению задач не по их назначению;
- В. Решает вопрос о возможности использования Вооруженных Сил РФ за пределами территории РФ;
- Г. Рассматривает расходы на оборону, устанавливаемые федеральными законами о федеральном бюджете.

3. Верховным Главнокомандующим Вооруженными Силами РФ является:

- А. Председатель Правительства Российской Федерации
- Б. Министр обороны Российской Федерации
- В. Президент Российской Федерации
- Г. Начальник Генерального штаба Вооруженных Сил Российской Федерации

4. Найдите соответствие:

1. Штраф		А	официальный письменный документ, порождающий определенные правовые последствия (сделки, акты государственных органов и органов местного самоуправления, судебное решение).
2. Юридические акты		Б	Взыскиваемая сумма, которая выражается в виде процентов пропорционально заранее определенной величине.
3. Срок исковой давности		В	принадлежность средств и продуктов производства определенным лицам, в определенных исторических условиях, отражающих конкретный тип отношений собственности.
4. Собственность		Г	установленный законом промежуток времени, в течение которого возможна принудительная защита нарушенного гражданского права средствами искового судопроизводства.

5. Укажите правильную последовательность:

Сфера действия права, подлежащего применению к обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда транспортным средством— определяются, в частности:

- А. основанием ответственности;
- Б. способностью лица нести ответственность за причиненный вред;
- В. способами возмещения вреда;
- Г. объемом и размерами возмещения вреда.

6. Дополните фразу. Территория Российской Федерации – это _____

7. Дополните фразу. Субъекты международного права – это _____

8. Ситуационная задача.

Решить правовую задачу: На какой срок может быть осуществлено задержание лица, совершившего нарушение режима в пункте пропуска на автомобильном пункте пропуска через Государственную границу РФ «Юнаковка-Суджа», и не имеющего при себе документов, подтверждающих его личность?

Условие: Государственная граница Российской Федерации (далее - Государственная граница) есть линия и проходящая по этой линии вертикальная поверхность, определяющие пределы государственной территории (суши, вод, недр и воздушного пространства) Российской Федерации, то есть пространственный предел действия государственного суверенитета Российской Федерации (ст. 1 Закона РФ от 1.04.1993 г. № 4730-I «О Государственной границе Российской Федерации»)

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1.К виду освобождения от наказания относится:

- А. Истечение сроков давности обвинительного приговора;
- Б. Деятельное раскаяние;
- В. Чистосердечное признание;
- Г. Обоснованный риск.

2.В Особенной части УК РФ излагаются:

- А. Нормы, определяющие понятия преступления и наказания;
- Б. Нормы, определяющие понятие уголовной ответственности;
- В. Нормы, фиксирующие отдельные виды преступлений и виды наказания за них;
- Г. Нормы, определяющие понятие невменяемость, ограниченная вменяемость, принудительные меры медицинского характера.

3.Допускается увольнение работника по инициативе работодателя в период его временной нетрудоспособности и в период пребывания в отпуске в случаях:

- А. Представления работником работодателю подложных документов или заведомо ложных сведений при заключении трудового договора;
- Б. Ликвидации организации либо прекращения деятельности работодателем – физическим лицом;
- В. Сокращения численности или штата работников организации;
- Г. Совершения работником, выполняющим воспитательные функции, аморального поступка, несовместимого с продолжением данной работы.

4. Найдите соответствие:

1. Система административного права	А	центральный орган исполнительной власти, осуществляющий руководство порученной ему отраслью управления или сферой деятельности
------------------------------------	---	--

2. Министерство		Б	структура, состав отдельных институтов и норм в их определенной последовательности.
3. Мораль		В	лицо, которое действует по поручению другого физического или юридического лица, и выражает его интересы.
4. Представитель		Г	система норм и принципов, регулирующих поведение людей о добре и зле, чести, совести, справедливости.

5. Укажите правильную последовательность:

В зависимости от увеличения объёма правомочий выделяют следующие виды вещных прав:

- А. Право хозяйственного ведения
- Б. Право собственности
- В. Право оперативного управления.
- Г. Секвитуты.

6. Дополните фразу. Гарантии прав человека и гражданина— это

7. Дополните фразу. Лишение специального права —это _____

8. Ситуационная задача.

Решить правовую задачу: Возложена ли на какой-либо федеральный орган исполнительной власти задача по контролю и надзору за соблюдением резидентами и нерезидентами (за исключением кредитных организаций и валютных бирж) валютного законодательства РФ, требований актов органов валютного регулирования и валютного контроля, а также за соответствием проводимых валютных операций условиям лицензий и разрешений? Мотивируйте ответ со ссылками на нормативно - правовые акты.

Контрольные вопросы зачету с оценкой

1. Понятие и признаки государства и права
2. Понятие, признаки и структура нормы права
3. Правовой статус личности в РФ
4. Принципы и функции права
5. Понятие и виды нормативно-правовых актов
6. Объекты правоотношений и их виды
7. Юридические факты и их классификация
8. Характеристика отдельных отраслей права (государственного, административного, уголовного, гражданского, трудового и др.)
9. Понятие и виды источников (форм) права
10. Законы и подзаконные НПА
11. Понятие отрасли права и правового института
12. Понятие, признаки и виды правоотношений
13. Понятие, признаки и виды правонарушений
14. Понятие и виды юридической ответственности
15. Административное правонарушение и административная ответственность
16. Уголовный закон и уголовная ответственность

17. Категории и виды преступлений
18. Дисциплинарная ответственность и виды дисциплинарных взысканий
19. Гражданско-правовая ответственность
20. Основы конституционного права РВ
21. Основы конституционного строя РФ
22. Органы государственной власти в РФ
23. Основы гражданского права России
24. Способы защиты гражданских прав
25. Основы трудового права России

3. *Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций*

Экзамен проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по дисциплине
«Гражданское право»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-2.1: Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
УК-10.1: Понимает сущность коррупционного поведения, экстремисткой и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
Знать: сущность коррупционного поведения, экстремизму и терроризму
Уметь: определять взаимосвязь коррупционного поведения, экстремизма и терроризма с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
Владеть: навыками выявления коррупционного поведения, экстремизма и терроризма
УК-10.2: Анализирует, толкует и правильно применяет правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Знать: правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Уметь: анализировать правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Владеть: навыками толкования и применения правовых норм в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Шкала оценивания – для экзамена «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются

систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-2.1: Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Гражданское право как отрасль права представляет собой совокупность правовых норм, регулирующих отношения:
 - а) финансовые;
 - б) имущественные и связанные с ними личные неимущественные;
 - в) налоговые;
 - г) дисциплинарные.
2. Основания возникновения и порядок осуществления прав на результаты интеллектуальной деятельности определяются:
 - а) граждански-процессуальным законодательством;
 - б) административным законодательством;
 - в) гражданским законодательством;
 - г) Конституцией РФ.
3. Неотчуждаемые права и свободы человека и другие нематериальные блага защищаются:
 - а) граждански-процессуальным законодательством;
 - б) уголовно-процессуальным законодательством;
 - в) административным законодательством;

г) гражданским законодательством.

4. Найдите соответствие:

1. Акты применения права		А	официальный документ, принятый (изданный) в определенной форме правотворческим органом в пределах его компетенции и направленный на установление, изменение и отмену правовых норм.
2. Нормативно-правовой акт		Б	определённая форма юридической деятельности, направленная на создание, дополнение и отмену различных видов норм (правил, стандартов поведения), действующих в обществе.
3. Кодификация		В	правовые акты компетентного органа или должностного лица, изданные на основании установленных факторов и норм права, определяющие права, обязанности или меру юридической ответственности конкретных лиц. К актам применения права предъявляются требования законности, обоснованности, целесообразности.
4. Нормотворчество		Г	вид систематизации, который предполагает переработку норм права по содержанию и их систематизированное, научно обоснованное изложение в новом законе (например, своде законов, кодексе, основах законодательства и др.).

5. Укажите правильную последовательность:

Законодательный процесс – это порядок деятельности по организации и принятию закона или иного нормативного акта. Можно выделить последовательные стадии этого процесса:

- А. анализ законопроекта в парламентских палатах и комитетах;
- Б. законодательная инициатива;
- В. опубликование закона;
- Г. принятие закона и утверждение закона.

6. Дополните фразу. Механизм правового регулирования– это

7. Дополните фразу. Нормативный договор как источник права – это

8. Ситуационная задача.

Государственное предприятие в связи с переходом на выпуск другой продукции приступило к реализации ненужных ему материальных ценностей. Уполномоченный Комитета по управлению городским имуществом вручил директору предприятия предписание воздержаться от реализации ценностей по тем основаниям, что в свое время они были приобретены за счет централизованных капитальных вложений. К тому же в настоящее время идет подготовка документов о преобразовании предприятия в казенное. В ходе преобразования по согласованию с комитетом и решиться вопрос о судьбе

ценностей: кому и в каком порядке они будут переданы или же останутся у предприятия. Как разрешить возникший спор?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Гражданское законодательство регулирует:
 - а) договорные и иные обязательства;
 - б) имущественные отношения, основанные на административном подчинении одной стороны другой;
 - в) финансовые отношения;
 - г) налоговые отношения.

2. Понятие «имущество» в праве применяется для обозначения:
 - а) недвижимости;
 - б) совокупности вещей и материальных ценностей, находящихся в собственности лица;
 - в) предметов, состоящих в собственности лица;
 - г) драгоценностей, находящихся в собственности лица.

3. Имущественные отношения — это:
 - а) отношение человека к имуществу;
 - б) отношение человека к вещи;
 - в) волевые отношения между конкретными лицами по поводу принадлежности или перехода имущественных благ;
 - г) связь между вещами.

4. Найдите соответствие:

1. Отрасль права		А	порядок образования и способ организации высших органов власти.
2. Федеральный закон		Б	это обособленная совокупность юридических норм, институтов, регулирующих однородные общественные отношения. Она отражает высокий уровень системообразующих связей, характеризуется определенной целостностью, автономностью. Отрасли подразделяются на материальные и процессуальные. В основе деления системы права на отрасли и институты лежат предмет и метод правового регулирования.
3. Организация		В	нормативный правовой акт высшей юридической силы по отношению к иным актам, содержащий первичные нормы права, принятый в установленном порядке ФС РФ либо путем всенародного голосования.

4. Форма правления		Г	1) внутренняя упорядоченность, согласованность, взаимодействие более или менее дифференцированных и автономных частей целого, обусловленное его строением; 2) совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого; 3) объединение людей, совместно реализующих программу или цель и действующих на основе определенных правил и процедур.
---------------------------	--	----------	--

5. Укажите правильную последовательность:

Этапы процесса заключения договора купли-продажи предприятия:

- А. Государственная регистрация договора купли-продажи предприятия. Уведомление кредиторов.
- Б. Подписание договора купли-продажи предприятия сторонами. Анализ информации
- В. Подготовка документов, которые являются неотъемлемой частью договора купли-продажи предприятия Сбор необходимой информации.
- Г. Принятие решения о купле-продаже полномочным органом юридического лица.

6. Дополните фразу. Федеративное государство — это _____

7. Дополните фразу. Банковская гарантия – это _____

8. Ситуационная задача.

Задача.

Государственное предприятие заключило договор с коммерческой фирмой на реализацию излишнего оборудования. Ещё до того, как стороны приступили к выполнению договорных обязательств, государственное предприятие было преобразовано в казённое. Мингосимущество РФ запретило предприятию исполнять договор и потребовало его расторжения. Коммерческая фирма требует исполнения договора под угрозой применения штрафных санкций, ссылаясь на то, что решение о преобразовании предприятия в казённое не может затрагивать обязательства, возникшие до того, как статус предприятия был изменён. Спор поступил на рассмотрение арбитражного суда.

УК-10.1: Понимает сущность коррупционного поведения, экстремисткой и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
Знать: сущность коррупционного поведения, экстремизму и терроризму
Уметь: определять взаимосвязь коррупционного поведения, экстремизма и терроризма с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
Владеть: навыками выявления коррупционного поведения, экстремизма и терроризма

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных

ОТВЕТОВ:

1. К имущественным отношениям, основанным на административном подчинении одной стороны другой, не применяется:

- а) административное законодательство;
- б) налоговое законодательство;
- в) финансовое законодательство;
- г) гражданское законодательство.

2. Наряду с имущественными отношениями гражданское право регулирует:

- а) личные неимущественные отношения;
- б) административные отношения;
- в) трудовые отношения;
- г) финансовые отношения.

3. Личные неимущественные отношения характеризуются следующими основными чертами:

- а) наличие экономического содержания независимо от их связи с имущественными отношениями;
- б) нематериальные блага в качестве их предмета;
- в) наличие экономического содержания в зависимости от их связи с имущественными отношениями;
- г) наличие налогового содержания в зависимости от их связи с имущественными отношениями.

4. Найдите соответствие:

1.Вещное право		А	Период времени, в течение которого товар должен соответствовать требованиям к его качеству по договору купли-продажи, а работы и услуги — сохранять свои потребительские свойства. Гарантийный срок устанавливается на продукцию, предназначенную для длительного пользования или хранения.
2.Гарантийный срок		Б	способность своими действиями приобретать и осуществлять гражданские права, создавать для себя гражданские обязанности и исполнять их.
3.Гражданство		В	субъективное гражданское право, объектом которого является вещь. Лицо, обладающее вещным правом, осуществляет его самостоятельно, не прибегая для этого к каким-либо определенным действиям, содействию других обязанных лиц. Собственник вещи владеет, пользуется и распоряжается ею по своему усмотрению в пределах, установленных законом

4.Дееспособность		Г	устойчивая правовая связь человека с государством, выражающаяся в совокупности их взаимных прав, обязанностей и ответственности, основанная на признании и уважении достоинства, основных прав и свобод человека.
-------------------------	--	----------	---

5. Дополните фразу. Договор банковского вклада (депозит) – это _____

6. Дополните фразу. Завещательное возложение – это _____

7. Дополните фразу. Интеллектуальная собственность Интеллектуальная собственность – это _____

8.Ситуационная задача.

Строительно-монтажный трест (СМТ) предъявил к обществу с ограниченной ответственностью иск об истребовании из незаконного владения последнего подъемного крана. В качестве третьего лица к участию в деле было привлечено закрытое акционерное общество, у которого ООО приобрело подъемный кран. Открыв заседание арбитражного суда, судья предложил явившимся подтвердить свои полномочия. СМТ был представлен штатным юрисконсультом, предъявившим суду доверенность на участие в деле. Интересы ООО представлял его директор, имеющий паспорт и свидетельство о регистрации предприятия. От имени ЗАО выступал председатель совета директоров, имеющий на руках выписку из протокола собрания учредителей об избрании его на указанную должность.

Как должен поступить судья?

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. К нематериальным благам относятся:

- а) профессиональная репутация, право каждого на результат своего труда;
- б) деловая репутация, право банка на пользование вкладами населения;
- в) имя, честь, достоинство, авторство;
- г) право собственности на домашнее животное.

2. По отношениям, возникающим до введения в действие закона, он применяется к правам и обязанностям, возникшим:

- а) до введения его в действие;
- б) после введения его в действие;
- в) после введения его в действие при согласии сторон;
- г) после введения его в действие по требованию одной из сторон.

3. Под обычаем делового оборота признается:

- а) правило поведения в предпринимательской деятельности, диктуемое местными

традициями;

б) правило поведения, установленное монополистом в какой-либо области предпринимательской деятельности;

в) широко применяемое в предпринимательской деятельности правило поведения, не предусмотренное законодательством;

г) любое деловое правило.

4. Найдите соответствие:

1.Исковая давность		А	Норма, определяющая, право какого государства должно быть применено к соответствующему правоотношению.
2.Коллизионная норма		Б	Установленный законом промежуток времени, в течение которого возможна принудительная защита нарушенного гражданского права средствами искового судопроизводства.
3.Лицо без гражданства		В	результат согласования волей различных государств, принимающих участие в них, т.е. представляют собой соглашения государств относительно признания норм в качестве юридически обязательных правил.
4.Международный договор		Г	Лицо, не принадлежащее к гражданству Российской Федерации и не имеющее доказательств принадлежности к гражданству другого государства. Личный закон такого физического лица — право страны в которой данное лицо имеет место жительства.

5.Укажите правильную последовательность:

Этапы процесса принятия решений по заключению сделки:

- А. Предварительная постановка цели соглашения
- Б. Выявление необходимости или задачи.
- В. Анализ информации
- Г. Сбор необходимой информации по условиям сделки.

9. Дополните фразу. Наследование — это _____

10. Дополните фразу. Оспоримое завещание — это _____

11. Ситуационная задача.

ООО «Ремстройтрест» обратилось в арбитражный суд с заявлением о признании недействующим распоряжения главы муниципального образования о правилах производства ремонтно-строительных работ в части, обязывающей ремонтно-строительные организации производить ежемесячно отчисления в местный бюджет на благоустройство в процентном отношении от объема выполнения работ как не соответствующих законодательству. В судебном заседании представитель администрации признал обоснованными требования ООО и заявил, что оспариваемые пункты распоряжения главы муниципального образования отменены.

Как должен поступить арбитражный суд?

УК-10.2: Анализирует, толкует и правильно применяет правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Знать: правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Уметь: анализировать правовые нормы в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
Владеть: навыками толкования и применения правовых норм в сфере противодействия коррупционному поведению, экстремизму и терроризму

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Обычай делового оборота применяется:
 - а) во всех сферах предпринимательской деятельности;
 - б) в определенной области предпринимательской деятельности;
 - в) во всех случаях гражданско-правового оборота;
 - г) только в регулировании договора поставки товаров.
2. Общепризнанные принципы и нормы международного права:
 - а) являются составной частью правовой системы РФ;
 - б) не входят в правовую систему РФ;
 - в) входят в правовую систему РФ лишь в случаях, когда для их применения требуется издание специального правового акта в РФ;
 - г) не входят в правовую систему РФ в случаях, предусмотренных законодательством РФ.
3. Нормы международного права и международные договоры, являющиеся составной частью правовой системы РФ, содержатся:
 - а) в Уставе ООН и резолюциях Генеральной Ассамблеи ООН;
 - б) в международных конвенциях;
 - в) в решениях Международного Суда ООН;
 - г) во всех перечисленных выше актах.

4. Найдите соответствие:

1.Оферта публичная		А	предоставляемое государством право запрещения третьим лицам изготовления, использования или продажи изобретения в объеме притязаний, предоставленных в форме изобретений.
2.Патент		Б	система органов, призванных обеспечивать защиту прав и законных интересов граждан и юридических лиц путем совершения нотариусами предусмотренных законодательными актами нотариальных действий от имени Российской Федерации.

3. Нотариат		В	исключительное право гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполняемых работ или услуг (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и т.п.).
4. Интеллектуальная собственность		Г	содержащее все существенные условия договора предложение, из которого усматривается воля лица, делающего предложение, заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется.

5. Укажите правильную последовательность:

Законодательный процесс – это порядок деятельности по организации и принятию закона или иного нормативного акта. Можно выделить последовательные стадии этого процесса:

- А. анализ законопроекта в парламентских палатах и комитетах;
- Б. законодательная инициатива;
- В. опубликование закона;
- Г. принятие закона и утверждение закона.

6. Дополните фразу. Постоянное (бессрочное) пользование земельными участками – это _____

7. Дополните фразу. Права нотариуса – это _____

8. Ситуационная задача.

Акционерное общество «Форпост» было реорганизовано путем разделении его на два самостоятельных предприятия: АО «Старт» и АО «Поиск». Кредиторы общества не были своевременно уведомлены о реорганизации и узнали, о прекращении деятельности АО лишь из газет. Договоры, заключенные ими с АО, не были исполнены обществом, в результате чего кредиторы понесли значительные убытки. Правопреемники «Форпоста» в ответ на претензии кредиторов заявили, что на момент реорганизации никаких долго АО перед кредиторами не существовало, поэтому в разделительном балансе какие-либо обязательства перед кредиторами отсутствуют. Кроме того, за прошедшее время из состава АО «Старт» выделилось общество «Империял», которое получило большую часть активов «Старта». Поэтому АО «Старт» не в состоянии возместить кредиторам убытки, причиненные его предшественником. Потерпевшие обратились к юристу с вопросом о возможных способах защиты их прав.

Ответьте на поставленный вопрос. В каком порядке должна проводиться реорганизация юридического лица? Какие последствия наступают, если этот порядок нарушен?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Международные договоры считаются составной частью правовой системы РФ в случае, если:

- а) РФ в договоре участвует;
- б) для применения международного договора издан внутригосударственный акт;
- в) правила международного договора идентичны правилам, предусмотренным гражданским законодательством РФ;
- г) РФ не является участником договора, но применяет его в своей правовой системе.

2. Международные договоры РФ применяются к отношениям, регулируемым гражданским законодательством:

- а) в случае, когда из международного договора следует, что для его применения требуется издание внутригосударственного акта;
- б) непосредственно в случаях, указанных в п. 1 и 2 ст. 2 ГК РФ;
- в) в случаях, когда гражданские отношения прямо не урегулированы законодательством;
- г) при невозможности использования аналогии закона.

3. Лишить несовершеннолетнего в возрасте от 14 до 18 лет права самостоятельно распоряжаться своим заработком, стипендией при наличии достаточных оснований может:

- а) один из родителей;
- б) усыновитель;
- в) орган опеки и попечительства;
- г) суд.

4. Найдите соответствие:

1. Право удержания		А	сделка, которая совершена с целью прикрыть другую сделку
2. Федеральный закон		Б	кредитор, у которого находится вещь, подлежащая передаче должнику либо лицу, указанному должником, вправе в случае неисполнения должником в срок обязательства по оплате этой вещи или возмещению кредитору связанных с нею издержек и других убытков удерживать ее до тех пор, пока соответствующее обязательство не будет исполнено.
3. Предприятие		В	Нормативный правовой акт высшей юридической силы по отношению к иным актам, содержащий первичные нормы права, принятый в установленном порядке ФС РФ либо путем всенародного голосования.
4. Притворная сделка		Г	имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности

5. Укажите правильную последовательность:

Этапы процесса банкротства предприятия:

- А. Публичное объявление о начале банкротства
- Б. Выявление должников и кредиторов.
- В. Принятие судебного решения о банкротстве

Г. Сбор необходимой информации.

6. Дополните фразу. Производство — это _____

7. Дополните фразу. Реквизиция — это _____

8. Ситуационная задача.

Семенов продал Воронину телевизор и магнитофон. Узнав о совершении такой сделки, бывшая супруга Семенова обратилась в суд с иском к Семенову о признании заключенного между ними договора недействительным, так как упомянутые вещи были приобретены в период, когда она состояла в браке с Семеновым, и хотя их брак расторгнут, раздел их общего имущества не произведен, а согласия на продажу этих вещей она не давала. Решите дело.

ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий

Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор

Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Правоспособность юридического лица прекращается в момент:

- а) завершения его ликвидации;
- б) объявления его банкротом;
- в) объявления о его реорганизации;
- г) начала работы комиссии по его ликвидации.

2. Коммерческие организации — это организации:

- а) не имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли;
- б) преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности;
- в) созданные в целях проведения благотворительной деятельности;
- г) созданные в целях отправления культовых обрядов.

3. Некоммерческие организации — это организации:

- а) не имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющие прибыль между ее участниками;
- б) имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли;
- в) имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли, но не распределяющие ее между участниками;
- г) участники которых постоянно занимаются предпринимательской деятельностью.

4. Найдите соответствие:

1. Реституция		А	Процедура, где лицо, объявившее публично о выплате денежного вознаграждения или выдаче иной награды (о выплате награды) за лучшее выполнение работы или достижение иных результатов (публичный конкурс), должно выплатить (выдать) обусловленную награду тому, кто в соответствии с условиями проведения конкурса признан его победителем.
2. Публичный конкурс		Б	определённая форма юридической деятельности, направленная на создание, дополнение и отмену различных видов норм (правил, стандартов поведения), действующих в обществе.
3. Сделки		В	возврат сторонами, заключившими сделку, всего полученного ими по сделке в случае признания ее недействительной
4. Нормотворчество		Г	действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей

5. Укажите правильную последовательность:

Арбитражный процесс – это порядок деятельности арбитражных судов по отправлению правосудия по спорам юридических лиц. Можно выделить последовательные стадии этого процесса:

- А. вступление решения в законную силу;
- Б. предъявление искового заявления;
- В. принятие судебного решения;
- Г. претензионный порядок рассмотрения хозяйственных споров.

6. Дополните фразу. Служебная и коммерческая тайна – это _____

7. Дополните фразу. Умышленно противоправные действия против наследодателя – это _____

8. Ситуационная задача.

Государственное учреждение «Научно-исследовательский институт "Петропроект"» сдало в аренду коммерческой организации отдельно стоящее здание сроком на два года без права выкупа. Узнав об этом в момент, когда соответствующий договор был представлен на регистрацию, Комитет по управлению государственным имуществом потребовал, чтобы НИИ немедленно расторг договор, поскольку, по мнению комитета, только он вправе сдавать в аренду имущество, являющееся государственной собственностью. В свою очередь, регистрирующий орган приостановил государственную регистрацию договора. НИИ отказался расторгнуть договор и обратился за консультацией к частнопрактикующему юристу, который посоветовал обжаловать действия регистрирующего органа в суд.

Разрешите возникший спор. Каков порядок сдачи в аренду государственного имущества, закрепленного или не закрепленного за государственным предприятием (учреждением)? Изменится ли решение, если срок договора аренды будет равен трем месяцам?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Коммерческие организации создаются в форме:
 - а) потребительских кооперативов;
 - б) государственных и муниципальных унитарных предприятий;
 - в) общественных и религиозных организаций;
 - г) благотворительных и иных фондов.
2. Некоммерческие организации создаются в форме:
 - а) унитарных предприятий;
 - б) хозяйственных товариществ;
 - в) потребительских кооперативов;
 - г) производственных кооперативов.
3. Моментом создания юридического лица является:
 - а) приобретение обособленного имущества;
 - б) открытие лицевого счета в банке;
 - в) выступление на суде в качестве ответчика по совершенным сделкам;
 - г) его государственная регистрация.

4. Найдите соответствие:

1. Уставный (складочный) капитал		А	духовная, интеллектуальная деятельность, в результате которой человек раскрывает свою индивидуальность и создает новый результат.
2. Федеральный закон		Б	физические лица (граждане, иностранные лица, лица без гражданства, двойное гражданство (бипатриды)); юридические лица; государство; муниципальные образования.
3. Творчество		В	Нормативный правовой акт высшей юридической силы по отношению к иным актам, содержащий первичные нормы права, принятый в установленном порядке ФС РФ либо путем всенародного голосования.
4. Субъекты		Г	совокупность вкладов (в денежном выражении) учредителей (собственников) в имущество при создании предприятия для его деятельности в размерах, определенных учредительными документами.

5. Укажите правильную последовательность:

Сфера действия права, подлежащего применению к договору, — определяется в частности:

- А. Прекращением договора;
- Б. Правами и обязанностями сторон договора;
- В. Последствиями неисполнения или ненадлежащего исполнения договора;
- Г. Толкованием договора.

6. Дополните фразу. Фактическое принятие наследства — это

7. Дополните фразу. Ценная бумага – это _____

8. Ситуационная задача.

Один из кредиторов кооператива, узнав о принятом решении, обратился в суд с иском о ликвидации кооператива. Одновременно он потребовал досрочного расторжения договора, заключенного с кооперативом, и взыскания всех убытков. 5 мая 2016 г. суд удовлетворил иск кредитора. В связи с недостаточностью имущества кооператива для покрытия убытков суд возложил субсидиарную ответственность по долгам кооператива на одного из его участников – полное товарищество «Фермеры Корсаков и Петров». Последние обжаловали решение суда в кассационном порядке, считая его незаконным.

Какое решение вы примете по кассационной жалобе?

Вопросы к зачету

1. Гражданское право как отрасль российского права (понятие, предмет, метод, принципы, система и источники).
 2. Гражданские правоотношения (понятие, структура, виды, основания возникновения).
 3. Способы защиты гражданских прав.
 4. Граждане, государство, государственные (муниципальные) образования как субъекты гражданских правоотношений.
 5. Юридические лица (понятие, классификация, порядок создания, реорганизации и ликвидации).
 6. Акционерное общество.
 7. Общество с ограниченной и дополнительной ответственностью.
 8. Производственный кооператив.
 9. Унитарные предприятия.
 10. Некоммерческие организации.
 11. Объекты гражданских прав.
 12. Сделки.
 13. Представительство и доверенность.
 14. Срок в гражданском праве. Исковая давность.
 15. Право собственности и другие вещные права.
 16. Ограниченные вещные права.
 17. Защита права собственности и других вещных прав.
 18. Обязательственное право.
 19. Способы обеспечения исполнения обязательств.
 20. Ответственность за нарушение обязательств.
 21. Общие положения о договоре (понятие, классификация, содержание, заключение, изменение и расторжение).
 22. Договор купли-продажи
 23. Договор розничной купли-продажи.
 24. Поставка товаров. Контракция.
 25. Энергоснабжение.
 26. Мена и дарение.
 27. Договор ренты.
 28. Договор аренды.
 29. Прокат.
 30. Аренда транспортных средств.
-

31. Договор лизинга.
32. Договор подряда.
33. Договор возмездного оказания услуг.
34. Договор перевозки.
35. Договор займа и кредитный договор.
36. Договор банковского вклада и банковского счета.
37. Договор финансирования под уступку денежного требования.
38. Договор хранения.
39. Страховые обязательства.
40. Договор доверительного управления имуществом.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы
по дисциплине
«Общая физическая подготовка»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни
УК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления
Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
УК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Шкала оценивания – «зачтено», «не зачтено»

Критерии оценивания:

Оценка «зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «не зачтено». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Понятие «здоровье» можно классифицировать следующим образом:
 - А) здоровье – это отсутствие болезней;
 - Б) «здоровье» и «норма» - понятия тождественные;
 - В) здоровье – состояние человека, отражающее его полное физическое, психическое и социальное благополучие и обеспечивающее полноценное выполнение трудовых, социальных и биологических функций;
 - Г) отсутствие вредных привычек у человека.

2. Одним из важнейших условий качества рабочей силы является:
 - А) уровень физической подготовленности;
 - Б) уровень здоровья и физического развития;
 - В) уровень теоретических знаний;
 - Г) все вместе.

3. Важнейшие компоненты неупорядоченности и хаотичности в организации жизнедеятельности студентов – это:
 - А) несвоевременный прием пищи;
 - Б) систематическое недосыпание;
 - В) малое пребывание на свежем воздухе;
 - Г) курение;
 - Д) все вместе.

4. Основными элементами здорового образа жизни студентов выступают:
 - А) закаливающие процедуры;
 - Б) соблюдение режима труда и отдыха, питания и сна;
 - В) отказ от вредных привычек;
 - Г) организация целесообразного режима двигательной активности;
 - Д) все вместе.

5. Среди факторов риска для здоровья ставится на первое место:
 - А) перегруженность учебно-профессиональными и домашними обязанностями;
 - Б) конфликты с окружающими;
 - В) злоупотребление алкоголем;
 - Г) все вместе.

6. Обычной нормой ночного сна студента считается
 - А) 7 - 8 часов;
 - Б) 5-6 часов;
 - В) 3- 4 часа;
 - Г) 10-12 часов.

7. Главное правило полноценного питания не менее
 - А) одного раза в день;
 - Б) 2 - 3 раза в день;
 - В) 3-4раза в день;
 - Г) 4-5 раз в день.

8. Оптимальным двигательным режимом для студентов является такой, при котором мужчины уделяют занятиям физической культурой

- А) 3 - 4 часа в неделю;
- Б) 8 - 12 часов в неделю;
- В) 14 - 16 часов в неделю;
- Г) 16 - 18 часов в неделю.

Вариант 2

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Эффективное средство восстановления работоспособности -это:

- А) массаж, контрастный душ;
- Б) гигиена одежды и обуви;
- В) уход за полостью рта и зубами;
- Г) здоровый образ жизни.

2. Личная гигиена включает:

- А) соблюдение распорядка дня;
- Б) уход за телом;
- В) использование одежды и обуви, не оказывающей вредного воздействия на организм;
- Г) все перечисленное.

3. Учебное время студентов в среднем составляет:

- А) 40 - 44 часа в неделю;
- Б) 52 - 58 часов в неделю;
- В) 60 - 64 часа в неделю;
- Г) 70-72 часа в неделю.

4. В процессе умственного труда основная нагрузка приходится:

- А) на вегетативную нервную систему;
- Б) на дыхательную систему;
- В) на ЦНС, ее высший отдел - головной мозг;
- Г) на подкорку головного мозга.

5. Работоспособность - это способность человека выполнять:

- А) конкретную деятельность в рамках заданных временных лимитов и параметров эффективности;
- Б) специальные умения, навыки, определенные психические, физиологические и физические особенности;
- В) ответственно, добросовестно выполнять работу, необходимую в конкретной деятельности;
- Г) быстро, качественно, целеустремленно выполнять заданную работу.

6. Наиболее работоспособны студенты, отнесенные:

- А) к «утреннему» типу - «жаворонки»;
- Б) «вечернему» типу - «совы»;
- В) промежуточному типу между «жаворонками» и «совами»;
- Г) к добросовестным и исполнительным.

7. Динамика умственной работоспособности студентов в недельном учебном цикле имеет периоды:

- А) вработывания, устойчивой работоспособности и период ее снижения;

- Б) «конечного порыва», нервно-эмоционального напряжения;
- В) эмоционального переживания;
- Г) нервного расстройства.

8. Что понимают под гибкостью человека?

- А. способность выполнять «шпагат»;
- Б. способность выполнять «мостик»;
- В. способность выполнять движения с большой амплитудой.

УК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья
Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Основой организации отдыха при умственной деятельности является принцип:
 - А) активного отдыха;
 - Б) пассивного отдыха;
 - В) психоэмоциональной разгрузки;
 - Г) аутотренинг.
2. Эффект занятий физическими упражнениями можно повысить, если будет:
 - А) произвольный режим жизнедеятельности, где отсутствует элемент физической активности;
 - Б) нормализованная двигательная активность;
 - В) четкая организация сна, питания, пребывания на свежем воздухе, учебного труда и двигательная активность;
 - Г) все перечисленное.
3. Основной фактор утомления студентов - это:
 - А) сама учебная деятельность;
 - Б) полное отсутствие интереса, апатия;
 - В) отсутствие реакции на новые раздражители;
 - Г) снижение ЧСС.
4. Скоростно-силовые упражнения, упражнения на выносливость и силу мышечных групп характеризуют:
 - А) физическую подготовленность студента;
 - Б) физиологическую подготовленность студента;
 - В) психическую подготовленность студента;
 - Г) психофизиологическую подготовленность студента.
6. К средствам физического воспитания относятся:
 - А) физические упражнения;

- Б) двигательные действия;
- В) трудовые действия;
- Г) все перечисленное.

6. Игровой, соревновательный методы относятся:

- А) к методу спортивного воспитания;
- Б) методу физического воспитания;
- В) методу психического воспитания;
- Г) методу физического развития.

7. Проставьте этапы обучения движениям в определенной последовательности:

- А) формирование двигательного умения, углублённое детализированное разучивание;
- Б) формирование двигательного навыка, достижение двигательного мастерства;
- В) ознакомление, первоначальное разучивание движения.
- Г) нет правильного ответа.

8. Общая физическая подготовка (ОФП) - это:

- А) процесс нормальной жизнедеятельности человека;
- Б) процесс совершенствования двигательных физических качеств;
- В) процесс овладения умением расслабляться;
- Г) процесс оздоровления физической патологией.

Вариант 2

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Спорт высших достижений и массовый спорт относятся:

- А) к спортивной подготовке;
- Б) физической подготовке;
- В) профессионально-прикладной физической подготовке;
- Г) к профессиональной подготовке.

2. Уменьшение напряжения мышечных волокон, составляющих мышцу - это:

- А) закрепощение мышц;
- Б) расслабление мышц;
- В) увеличение массы мышц;
- Г) сокращение мышечных волокон.

3. Гигиеническая гимнастика включается в распорядок дня:

- А) в обеденное время;
- Б) утренние часы;
- В) в конце рабочего дня;
- Г) в свободное время.

4. Гигиеническое, оздоровительное, общеподготовительное, спортивное, профессионально-прикладное и лечебное направления - это формы использования:

- А) самостоятельных занятий;
- Б) дополнительных занятий;
- В) учебных занятий;
- Г) отработки пропущенных занятий.

5. Наиболее распространенные средства самостоятельных занятий -это:

- А) бокс;
- Б) ходьба и бег;
- В) спортивная гимнастика;
- Г) единоборства.

6. При планировании и проведении самостоятельных занятий надо учитывать, что в период подготовки и сдачи зачетов и экзаменов интенсивность и объем физических нагрузок следует:

- А) повышать;
- Б) снижать;
- В) оставить на старом уровне;
- Г) прекратить.

7. Самоконтроль и учет при проведении самостоятельных занятий могут быть представлены в виде количественных показателей:

- А) частота сердечных сокращений;
- Б) результаты выполнения тестов;
- В) тренировочные нагрузки;
- Г) все вместе.

8. Какому компоненту (виду) адаптивной физической культуры в первую очередь присуща творческая функция?

- а. Адаптивному спорту.
- б. Адаптивной двигательной рекреации.
- в. Экстремальным видам двигательной активности.
- г. Креативным телесно-ориентированным практикам.

УК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Вариант 1

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Минимальная интенсивность по ЧСС, которая дает тренировочный эффект для лиц от 17 до 25 лет:

- А) 124 удара в минуту;
- Б) 134 удара в минуту;
- В) 118 ударов в минуту;
- Г) 138 ударов в минуту.

2. Суточная потребность "человека в воде составляет:

- А) 5 литров;
- Б) 3 литра;
- В) 2,5 литра;
- Г) 4 литра.

3.К средствам восстановления организма после физического и умственного утомления относятся:

- А) паровая и суховоздушная бани:

- Б) солнечные ванны;
- В) смена нательного белья;
- Г) дискотека.

4. Спорт-это:

- А) обобщенное понятие, обозначающее один из компонентов физической культуры;
- Б) занятия, направленные на личное совершенствование безотносительно к достижениям других занимающихся;
- В) физическая культура в ее оздоровительном, рекреационном аспектах;
- Г) высокий спортивный результат.

5. Структура спортивной классификации предусматривает:

- А) присвоение спортивных разрядов и званий;
- Б) занять определенное место на соревнованиях;
- В) добиться определенного количества побед;
- Г) участие в соревнованиях российского масштаба.

6. Спортивные разряды присваиваются:

- А) региональными спортивными организациями на местах;
- Б) федерациями по видам спорта;
- В) преподавателем физического воспитания;
- Г) заведующим кафедрой физической культуры.

7. Обязательным тестом по ОФП студентов является:

- А) бег на 100 м;
- Б) прыжки в длину с места;
- В) приседание на одной ноге;
- Г) плавание.

8. Внутри техникумовские соревнования по видам спорта -это:

- А) российские студенческие Игры;
- Б) спартакиада техникума;
- В) районные соревнования;
- Г) чемпионат вузов города.

Вариант 2

Выберите один или несколько правильных ответов:

1.К нетрадиционной системе физических упражнений относятся виды спорта:

- А) легкая атлетика;
- Б) баскетбол;
- В) аэробика;
- Г) волейбол.

2. Вид спорта, преимущественно развивающий выносливость, - это:

- А) лыжные гонки;
- Б) акробатика;
- В) пауэрлифтинг;
- Г) дартс.

3. Вид спорта, преимущественно развивающий быстроту, - это

- А) гиревой спорт;
- Б) баскетбол;
- В) шахматы;
- Г) керлинг.

4. Вид спорта, преимущественно развивающий ловкость, - это

- А) легкая атлетика;
- Б) плавание;
- В) фигурное катание;
- Г) бобслей.

5. Уровень максимального потребления кислорода выше у спортсменов, занимающихся:

- А) настольным теннисом;
- Б) хоккеем;
- В) волейболом;
- Г) городошным спортом.

6. Продолжительные и регулярные занятия спортом или физическими упражнениями влияют:

- А) на состояние психики человека;
- Б) физическое развитие;
- В) все вместе;
- Г) нет правильного ответа.

7. Специальные информативные тесты педагогического, психологического и медико-биологического контроля определяют:

- А) успешность и своевременность прохождения каждого из этапов спортивного пути;
- Б) морфологические особенности организма;
- В) тренировочные занятия и их части;
- Г) уровень физической подготовленности.

8. В игровых видах спорта, борьбе, боксе, гимнастике, показатели модельных характеристик спортсменов:

- А) совпадают;
- Б) различаются;
- В) соответствуют возрасту;
- Г) нет правильного ответа.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы
по дисциплине
«Адаптивная физическая культура»***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни
УК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления
Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
УК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Шкала оценивания – «зачтено», «не зачтено»

Критерии оценивания:

Оценка «зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «не зачтено». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В адаптивной физической культуре в качестве ценностно-мотивационных компонентов самостоятельности выступают...

- а. стремление скорректировать основной дефект, сформировать компенсация, обеспечить профилактику заболеваний и физическое совершенствование.
- б. потребность занимающегося улучшить физическое развитие, физическую подготовленность, здоровье в целом.
- в. желание сформировать компенсаторные возможности организма, заменяющие те качества и способности, которые разрушены (ухудшены) вследствие заболевания.
- г. стремление уменьшить влияние имеющегося дефекта на условия жизнедеятельности, обеспечить профилактику простудных заболеваний.

2. Какие задачи решаются на первом этапе формирования умений у учащихся самостоятельно заниматься физическими упражнениями?

- а. Научить ставить задачи по развитию физических способностей и формированию двигательных умений.
- б. Дать школьникам знания, необходимые для самостоятельного выполнения конкретных упражнений, убедить их в значимости самостоятельных занятий.
- в. Научить занимающихся подбирать средства и методы, составлять комплексы упражнений и выполнять их.
- г. Обучить приемам идеомоторной и аутогенной тренировки, привить способность совершать правильный выбор и принимать необходимое решение.

3. Какие задачи решаются на втором этапе формирования умений у учащихся самостоятельно заниматься физическими упражнениями?

- а. Научить применять приемы самовнушения, самоприказов, различные техники психосаморегуляции.
- б. Обучить занимающихся простейшему самоконтролю и оценке уровня своего физического развития
- в. Научить планировать тренировочную нагрузку по объему, интенсивности, направленности воздействий.
- г. Необходимо раскрыть правила организации и проведения самостоятельных занятий физическими упражнениями и аутогенной тренировки.

4. Основной задачей третьего этапа формирования умений у учащихся самостоятельно заниматься физическими упражнениями является...

- а. Ознакомление со способами обеспечения безопасности, санитарно-гигиеническими требованиями и нормами.
- б. Ознакомить с простейшими вариантами дневника или карточек индивидуального пользования.

- в. Дать знания по показаниям и противопоказаниям для конкретных заболеваний, о количестве повторений упражнений, интервалах отдыха и др.
- г. Ознакомление с методиками развития основных физических способностей, с техниками психосоматической саморегуляции, элементами психокоррекции.

5. Какие разновидности индивидуальных заданий Вы знаете?

- а. Обязательные (назначенные учителем); выборочные (предлагаемые учителем); задания, определяемые самим учеником; домашние задания.
- б. Индивидуальные задания, требующие способности совершать выбор, принять необходимое решение.
- в. Индивидуальные задания, требующие способности самому выявлять проблемы и находить способы их решения.
- г. Индивидуальные задания по дневнику самоконтроля (научить правильно заполнять, анализировать причину плохого самочувствия и др.)

6. Какие методы воспитания лиц с отклонениями в интеллектуальном развитии могут эффективно использоваться в адаптивной физической культуре?

- а. Формирование убеждений, рассказ, беседа, разъяснение, диспут; ролевые игры, моделирующие правильное поведение в различных ситуациях.
- б. Формирование нравственных и правовых знаний, оценок, опыта общественных отношений, стимуляции и подкрепления социально-нормативного поведения.
- в. Организация различных видов физкультурно-спортивной деятельности, межличностного общения в разнообразных ситуациях, упражнение, приучение).
- г. Поощрение, осуждение, наказание; применение сюжетно-ролевых игр, соревновательной деятельности с ее простой, но строгой регламентацией условий.

7. Какие требования относятся к нравственно-правовому просвещению умственно отсталых школьников?

- а. Конкретность материала, его связь с жизненным опытом, использование наглядных средств.
- б. Использование элементов игры и соревновательности, требующих соблюдения правил состязаний и сопоставления результатов.
- в. Разнообразие повторения усвоенных норм поведения, контроль и самоконтроль, оценка и самооценка поведения в различных ситуациях.
- г. Доступность, увлекательность, эмоциональность, обеспечение интеллектуальной активности учащихся, четкость выводов, систематичность и разнообразие занятий.

8. Какой вид адаптивной физической культуры обладает наибольшим потенциалом воспитательных воздействий на лиц с отклонениями в интеллектуальном развитии?

- а. Адаптивная физическая реабилитация.
- б. Адаптивная двигательная рекреация.
- в. Экстремальные виды двигательной активности.
- г. Адаптивный спорт.

Вариант 2

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какой вид воспитания лиц, имеющих поражения интеллекта, протекает значительно медленнее других и требует более дифференцированных и простых индивидуальных заданий?

- а. Трудовое воспитание.
- б. Нравственное воспитание.
- в. Воспитание самостоятельности.
- г. Эстетическое воспитание.

2. Какие две группы методов самовоспитания личности условно выделяются для преодоления многообразных трудностей, обусловленных нарушениями тех или иных функций организма?

- а. Категории самовоспитания личности, отражающие объективное понимание причин и следствий сложившейся жизненной ситуации; целостную самооценку.
- б. Оценка своих возможностей, анализ установок, ценностных ориентации, мотивов, интересов, потребностей; отношение к себе, другим людям, обществу в целом.
- в. Самосознание, самоощущение, самонаблюдение, самоанализ, самооценка; непосредственные методы и приемы самовоспитания социальной активности.
- г. Самопобуждение, самопроектирование, самоконтроль; самообразование, самосовершенствование, самоорганизация, самоубеждение, самовнушение.

3. Что такое физическая подготовка?

- А. это процесс развития силы;
- Б. это процесс развития физической работоспособности;
- В. это направленный процесс развития физических качеств, необходимых для успешной спортивной деятельности.

4. Что понимают под гибкостью человека?

- А. способность выполнять «шпагат»;
- Б. способность выполнять «мостик»;
- В. способность выполнять движения с большой амплитудой.

5. В какой части урока решаются задачи формирования жизненно необходимых и спортивных навыков, развития волевых и физических качеств занимающихся?

- А. в подготовительной;
- Б. в основной;
- В. в заключительной.

6. С помощью какого прибора определяется жизненная емкость легких?

- А. с помощью динамометра;
- Б. с помощью спирометра;
- В. с помощью секундомера.

7. Субъективные данные самоконтроля:

- А. пульс;
- Б. самочувствие;
- В. массатела;
- Г. сон.

8. Что такое производственная гимнастика?

- А. это физические упражнения перед началом работы для сокращения времени вратывания;
- Б. это физические упражнения, проводимые при появлении первых признаков утомления;
- В. это физические упражнения в режиме рабочего дня для повышения профессиональной работоспособности, снятия утомления и профилактики профессиональных заболеваний;
- Г. это физические упражнения для устранения застойных явлений в мышцах.

УК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья
Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Какие категории являются результатом самовоспитания личности?**
 - а. Самообслуживание (бытовая независимость), самореализация, самоутверждение, самореабилитация, самоактуализация.
 - б. Самообразование, самосовершенствование, самопринуждение, самодисциплина, самопроектирование, самоконтроль.
 - в. Самоорганизация, самоощущение, самонаблюдение, самооценка, самоанализ, самоубеждение, самовнушение.
 - г. Самосознание, самосовершенствование, самосознание, самонаблюдение, самонаблюдение, самоуважение.
2. **Назовите основную функцию адаптивной физической культуры, как части общечеловеческой культуры.**
 - а. Творческая функция.
 - б. Образовательная функция.
 - в. Престижная функция.
 - г. Культурная функция.
3. **Какая категория, отражающая объективные закономерности биологических процессов в организме человека, означает, что в случае болезни, весь организм мобилизуется на борьбу за выздоровление?**
 - а. Единство структуры и функции.
 - б. Целостность организма.
 - в. Реактивность организма.
 - г. Причинно-следственная связь.
4. **От чего зависит индивидуальная реактивность организма?**
 - а. От времени года, резкой смены погоды, температуры и влажности воздуха.
 - б. От пола, возраста, окружающей среды.
 - в. От условий трудовой и учебной деятельности.
 - г. От особенностей социальных и межличностных отношений.
5. **Что является отражением причинно-следственной связи в жизнедеятельности организма человека, имеющего отклонения в развитии?**
 - а. Причины и условия возникновения болезни.
 - б. Этиология и патогенез.
 - в. Развитие и механизмы патологического процесса.
 - г. Патология и диагноз.
6. **Как называется процесс приспособления организма к окружающей среде?**
 - а. Адаптация.
 - б. Коррекция.
 - в. Компенсация.

г. Реабилитация.

7. Как называется реакция организма на повреждения, выражающаяся в том, что органы и системы, не пострадавшие от действия повреждающего агента, берут на себя функцию разрушенных структур путем заместительной гиперфункции или качественных изменений функции?

а. Компенсация.

б. Адаптация.

в. Коррекция.

г. Реабилитация.

8. Какая основная функция присуща адаптивному физическому воспитанию?

а. Рекреативно-оздоровительная.

б. Коммуникативная.

в. Образовательная.

г. Зрелищная и эстетическая.

Вариант 2

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Исходя из философской категории взаимосвязи структуры и функции, адаптивной двигательной рекреации присуща...

а. коррекционно-компенсаторная функция.

б. развивающая функция.

в. оздоровительно-поддерживающая функция.

г. гедонистическая функция.

2. Какая основная функция присуща адаптивному спорту?

а. Функция совершенствования.

б. Ценностно-ориентационная.

в. Социализирующая.

г. Профессионально-подготовительная.

3. Субъективные данные самоконтроля:

А. пульс;

Б. самочувствие;

В. массатела;

Г. сон.

4. Нарращивание физической нагрузки в течение времени бывает:

А. Линейное, ступенчатое, волнообразное

Б. Прямое, короткое, прерывистое

В. Непрерывное, длительное

Г. Смешанное

5. Какой вид выносливости вырабатывает способность человека противостоять неспецифическому утомлению:

А. Общая

Б. Специальная

В. Силовая

Г. Скоростная

6. Что способствует успеху в конкретном виде деятельности (вид спорта, профессия, военная подготовка):

- А. общая физическая подготовка
- Б. специальная физическая подготовка
- В. ежедневные физические тренировки

7. Что является компонентами здорового образа жизни?

- А. Прием энергетических коктейлей
- Б. Походы в ночной клуб
- В. Правильное питание и режим дня
- Г. Физические нагрузки и отказ от вредных привычек

8. Принцип физического воспитания предполагает постепенное повышение требований к занимающимся

- А. принцип доступности и индивидуальности;
- Б. принцип систематичности;
- В. принцип динамичности;
- Г. принцип сознательности и активности;

УК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Вариант 1

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Назовите ведущую функцию адаптивной физической реабилитации.
 - а. Интегративная.
 - б. Профилактическая.
 - в. Лечебно-восстановительная.
 - г. Спортивная и соревновательная.
2. Какому компоненту (виду) адаптивной физической культуры в первую очередь присуща творческая функция?
 - а. Адаптивному спорту.
 - б. Адаптивной двигательной рекреации.
 - в. Экстремальным видам двигательной активности.
 - г. Креативным телесно-ориентированным практикам.
3. В каком виде адаптивной физической культуры престижная функция является ведущей?
 - а. В адаптивной двигательной рекреации.
 - б. В креативных (художественно-музыкальных) видах двигательной активности.
 - в. В адаптивном физическом воспитании.
 - г. В экстремальных видах двигательной активности.
4. Какие две группы функций выделены в адаптивной физической культуре?
 - а. Педагогические и социальные.
 - б. Гедонистические и коммуникативные.
 - в. Интегративные и воспитательные.
 - г. Образовательные и творческие.
5. Какая педагогическая функция является ведущей для всех компонентов (видов) адаптивной физической культуры?

- а. Профилактическая.
- б. Лечебно-восстановительная.
- в. Коррекционно-компенсаторная.
- г. Развивающая.

6. Многообразие коррекционных задач позволило выделить следующие основные направления...

- а. Коррекция сенсорных функций, психических и соматических нарушений, координационных способностей, физической подготовленности, техники.
- б. Профилактика, развитие и коррекция зрительной, слуховой, кинестетической, тактильной, вестибулярной функций.
- в. Коррекция нарушений осанки, плоскостопия и других деформаций телосложения, дыхания, сердечно-сосудистой системы и т.п.
- г. Коррекция техники основных движений (пространственных, временных, динамических, ритмических характеристик в ходьбе, беге, прыжках, метаниях).

7. Экстремальные виды двигательной активности являются основным средством профилактики...

- а. негативных последствий гиподинамии.
- б. вторичных заболеваний.
- в. осложнений, обусловленных ограниченным двигательным режимом.
- г. состояний фрустрации и депрессии.

8. Какие функции адаптивной физической культуры относятся к группе социальных?

- а. Образовательная, воспитательная, рекреационно-оздоровительная.
- б. Зрелищная и эстетическая, гуманистическая, интегративная, коммуникативная.
- в. Развивающая, профессионально-подготовительная, творческая.
- г. Гедонистическая, спортивная и соревновательная, ценностно-ориентационная.

Вариант 2

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Формирование профессиональной ориентации у детей с дефектами развития начинается с раннего возраста в семье, дошкольном учреждении и включает...

- а. анализ предстоящей трудовой деятельности: основные факторы утомления, степень нервного и физического напряжения, наличие монотонности.
- б. приобщение к доступным видам труда в игровой форме коррекцию и компенсацию основного дефекта, развитие профессионально важных умений.
- в. изучение двигательного режима трудовой деятельности, условий труда (шум, вибрация, температура воздуха, рабочая поза и пр.), профзаболеваний.
- г. анализ преимущественной направленности функциональной нагрузки (на зрение, слух, сердечно-сосудистую систему, опорно-двигательный аппарат).

2. Гуманистическая функция в сфере адаптивной физической культуры предполагает ориентацию на...

- а. Физическое развитие.
- б. Личностное развитие.
- в. Психическое развитие.
- г. Умственное развитие.

3. В чем заключается интегративная функция адаптивной физической культуры?

а. Приобщение человека к ценностно-нормативной системе общества, воспитание психических и нравственных качеств, рациональной организации досуга и отдыха.

б. Оптимизация жизненных интересов, ценностных ориентации лиц с нарушениями ие условий для повышения самооценки собственного «Я».

в. Включение различных категорий инвалидов в социальные системы, структуры, социумы, предназначенные для здоровых людей; самореализация личности.

г. формирование осознанного отношения и потребности к любым формам двигательной активности как необходимому условию жизнеобеспечения.

4. Интеграция в общество детей с ограниченными возможностями здоровья включает...

а. развитие профессионально важных умений, физических и психических способностей, поощрение склонностей и интересов ребенка.

б. формирование знаний, двигательных умений, физических качеств и способностей для создания предпосылок к полноценной самостоятельной жизни.

в. освоение всех ценностей физической культуры, способствующих созданию условий равной личности, свободы самопроявления и самореализации.

г. воздействие общества и социальной среды на личность ребенка, активное участие в данном процессе самого ребенка, совершенствование самого общества.

5. Какие способы общения используются в процессе занятий физическими упражнениями с лицами, имеющими отклонения в развитии?

а. вербальные и невербальные.

б. Речь, жесты, позы, звук; мимика, пантомима.

в. Артикуляция, речитативы, считалки, скороговорки.

г. Невербальное двигательное общение: поддержка, помощь, тактические действия

6. Какой вид выносливости вырабатывает способность человека противостоять неспецифическому утомлению:

А. Общая

Б. Специальная

В. Силовая

Г. Скоростная

7. Что способствует успеху в конкретном виде деятельности (вид спорта, профессия, военная подготовка):

А. общая физическая подготовка

Б. специальная физическая подготовка

В. ежедневные физические тренировки

8. Что является компонентами здорового образа жизни?

А. Прием энергетических коктейлей

Б. Походы в ночной клуб

В. Правильное питание и режим дня

Г. Физические нагрузки и отказ от вредных привычек

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Настольный теннис»



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни
УК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья
Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
УК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Шкала оценивания – «зачтено», «не зачтено»

Критерии оценивания:

Оценка «зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «не зачтено». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В каком году была образована Международная федерация настольного тенниса?

- А. 1920 г.
- Б. 1926 г.
- В. 1931 г.

2. В каком году настольный теннис стал олимпийским видом спорта?

- А. 1988 г.
- Б. 1990 г.
- В. 1989 г.

3. Каким должен быть размер стола для игры в настольный теннис?

- А. 2.74м.*1.52см
- Б. 2.00м*1.5м
- В. 2.70м*1.6м

4. Какой должен быть размер сетки для игры в настольный теннис?

- А. 1.80м*15.25см
- Б. 1.83м*15.25см
- В. 2.00м*15.30см

5. Какой должен быть цвет сетки?

- А. синий
- Б. зеленый
- В. голубой

6. Разучивание – это какой этап в обучении движениям?

- А. первый этап обучения;
- Б. второй этап обучения;
- В. третий этап обучения.

7. Что такое двигательное умение?

А. такая степень владения техникой действия, которая отличается повышенной концентрацией внимания на отдельные составные операции и нестабильными способами решения двигательной задачи;

Б. такая степень владения техникой действия, при которой управление движениями происходит автоматизировано и действия отличаются высокой надежностью.

8. Что оценивается с помощью Гарвардского степ-теста?

- А. физическая работоспособность;
- Б. состояние переутомления или заболевания;
- В. восстановительные процессы после дозированной мышечной работы.

9. Укажите один из видов педагогического контроля:

- А. перманентный;
- Б. оперативный;
- В. контроль за техникой упражнения.

Вариант 2

Выберите один или несколько правильных ответов:

1. С помощью какого прибора определяется жизненная емкость легких?

- А. с помощью динамометра;
- Б. с помощью спирометра;
- В. с помощью секундомера.

2. Субъективные данные самоконтроля:

- А. пульс;
- Б. самочувствие;
- В. массажиста;
- Г. сон.

3. Что такое производственная гимнастика?

- А. это физические упражнения перед началом работы для сокращения времени вработывания;
- Б. это физические упражнения, проводимые при появлении первых признаков утомления;
- В. это физические упражнения в режиме рабочего дня для повышения профессиональной работоспособности, снятия утомления и профилактики профессиональных заболеваний;
- Г. это физические упражнения для устранения застойных явлений в мышцах.

4. Какая масса мяча в настольном теннисе ?

- А. 2.5 г.
- Б. 3 г.
- В. 2.7 г.

5. До сколько очков продолжается партия в настольный теннис?

- А. 5
- Б. 10
- В. 11

6. Какой диаметр мяча в настольном теннисе ?

- А. 42мм.
- Б. 45мм.
- В. 40мм.

7. Эффективное средство восстановления работоспособности - это:

- А) массаж, контрастный душ;
- Б) гигиена одежды и обуви;
- В) уход за полостью рта и зубами;
- Г) здоровый образ жизни.

8. Личная гигиена включает:

- А) соблюдение распорядка дня;
- Б) уход за телом;
- В) использование одежды и обуви, не оказывающей вредного воздействия на организм;
- Г) все перечисленное.

УК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для про-
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья
Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1 Длина теннисного стола составляет?

- А. 2,74 м
- Б. 2,64 м
- В. 2,52 м
- Г. 2,82 м

2 Ширина теннисного стола составляет?

- А. 1,525 м
- Б. 1,625 м
- В. 1,425 м
- Г. 1,5 м

3 Игровая поверхность стола находится на высоте.....см от пола?

- А. 86 см
- Б. 66 см
- В. 76 см
- Г. 56 см

4 Игровая поверхность стола должна быть?

- А. матовой, однородной, яркой
- Б. глянцевой, однородной, темной
- В. матовой, однородной, темной
- Г. матовой, цветной, светлой

5 Верх сетки по всей длине должен находиться на высоте над игровой поверхностью... см?

- А. 15,75 см
- Б. 15,25 см
- В. 16,25 см
- Г. 16,75 см

6. Основным средством физического воспитания является:

- А. легкоатлетический бег;
- Б. плавание;
- В. игра в футбол;
- Г. физические упражнения.

7. Принцип физического воспитания предполагает постепенное повышение требований к занимающимся

- А. принцип доступности и индивидуальности;

- Б. принцип систематичности;
- В. принцип динамичности;
- Г. принцип сознательности и активности;

8. Что такое физическая подготовка?

- А. это процесс развития силы;
- Б. это процесс развития физической работоспособности;
- В. это направленный процесс развития физических качеств, необходимых для успешной спортивной деятельности.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1 Диаметр теннисного мяча..... мм?

- А. 40 мм
- Б. 35 мм
- В. 45 мм
- Г. 48 мм

2 Масса мяча для настольного тенниса равна?

- А. 2,5 гр
- Б. 3,0 гр
- В. 3,5 гр
- Г. 2,7 гр

3 Соревнования по настольному теннису подразделяются на ?

- А. личные
- Б. командные
- В. лично-командные
- Г. командно-личные

4 Участник соревнований имеет право ?

- А. выбрать один мяч из нескольких предложенных ведущим судьей для проведения встречи
- Б. оказывать (любым способом) влияние на принятие судьей решения по результату розыгрыша
- В. повреждать или наносить преднамеренно удары (чем угодно) по оборудованию и любому спортивному и личному имуществу
- Г. действовать неуважительно (выражениями или жестами и т.д.) по отношению к зрителям, соперникам и официальным лицам

5. Что такое производственная гимнастика?

- А. это физические упражнения перед началом работы для сокращения времени вработывания;
- Б. это физические упражнения, проводимые при появлении первых признаков утомления;
- В. это физические упражнения в режиме рабочего дня для повышения профессиональной работоспособности, снятия утомления и профилактики профессиональных заболеваний;
- Г. это физические упражнения для устранения застойных явлений в мышцах.

6. Субъективные данные самоконтроля:

- Д. пульс;
- Е. самочувствие;
- Ж. массажиста;

3. сон.

7. Что такое производственная гимнастика?

А. это физические упражнения перед началом работы для сокращения времени вработывания;

Б. это физические упражнения, проводимые при появлении первых признаков утомления;

В. это физические упражнения в режиме рабочего дня для повышения профессиональной работоспособности, снятия утомления и профилактики профессиональных заболеваний;

Г. это физические упражнения для устранения застойных явлений в мышцах.

8. Субъективные данные самоконтроля:

А. пульс;

Б. самочувствие;

В. массатела;

Г. сон.

УК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
--

Знать: основы физического самосовершенствования
--

Уметь: укреплять индивидуальное здоровье

Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1 Участник соревнований имеет право ?

А. проводить перед началом встречи непосредственно на игровом столе разминку продолжительностью до 2 минут

Б. повреждать или наносить преднамеренные удары по оборудованию, а также любому спортивному или личному имуществу

В. действовать неуважительно (выражениями или жестами и т.д.) по отношению к зрителям, соперникам или официальным лицам

Г. намеренно мешать (любыми действиями) проведению других встреч

2 Участник соревнований имеет право ?

А. получать советы в перерывах между партиями или во время других, разрешенных судьями остановок игры

Б. затягивать преднамеренно игру: длительным или несвоевременным вытиранием полотенцем

В. затягивать преднамеренно игру: умышленным повреждением мяча

Г. затягивать преднамеренно игру: выбиванием мяча за пределы игровой площадки

3 Участник соревнований имеет право ?

А. обратиться к ведущему судье до начала следующего розыгрыша за разъяснениями или с просьбой

Б. затягивать преднамеренно игру: выбиванием мяча за пределы игровой площадки

В. затягивать преднамеренно игру: постукиванием мяча перед подачей по столу, ракеткой

Г. затягивать преднамеренно игру: использованием пауз (более 15 с) между розыгрышами и перерывом

4. Физическими упражнениями называются...

- А. двигательные действия, с помощью которых развивают физические качества и укрепляют здоровье;
- Б. двигательные действия, дозируемые по величине нагрузки и продолжительности выполнения;
- В. формы двигательных действий, способствующие решению задач физического воспитания;
- Г. движения, выполняемые на уроках физической культуры и во время утренней гимнастики;

5. Нагрузка физических упражнений характеризуется...

- А. величиной их воздействия на организм;
- Б. подготовленностью занимающихся, их возрастом, состоянием здоровья, самочувствием во время занятий;
- В. временем и количеством повторений двигательных действий;
- Г. напряжений определенных мышечных групп;

6. Величина нагрузки физических упражнений обусловлена...

- А. степенью преодолеваемых при их выполнении трудностей;
- Б. сочетанием объема и интенсивности двигательных действий;
- В. частотой сердечных сокращений;
- Г. утомлений, возникающим в результате их выполнения;

7. Физическая подготовленность характеризуется:

- А. высокой устойчивостью организма к стрессовым ситуациям
- Б. уровнем развития физических качеств
- В. хорошим развитием систем дыхания и кровообращения
- Г. высокими результатами в учебной и трудовой деятельности

8. Укажите основное предназначение врачебного обследования:

- А. санитарно-просветительная работа и пропаганда физической культуры и спорта в вузе;
- Б. определение состояния здоровья студентов и распределение их по группам: основной, подготовительной и специальной;
- В. предупреждение спортивного травматизма и заболеваемости;
- Г. врачебно-педагогические наблюдения за студентами во время занятий и соревнований.

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания.

Выберите один или несколько правильных ответов:

1 Участник соревнований имеет право ?

- А. обратиться к главному судье, если не удовлетворен разъяснением ведущего судьи, в личных соревнованиях - непосредственно, в командных - через своего представителя или капитана команды
- Б. затягивать умышленно игру: умышленным повреждением мяча
- В. затягивать преднамеренно игру: постукиванием мячом по столу, полу, ракетке
- Г. использование пауз (более 15 с) между розыгрышами или перерывов (более 1 мин) между партиями

2 Участнику запрещено ?

- А. вступать в пререкания с судьями и соперниками
- Б. выбирать один мяч из нескольких предложенных ведущим судьей для проведения встречи
- В. проводить перед началом встречи непосредственно на игровом столе разминку про-

должительностью до 2 минут

Г. получать советы в перерывах между партиями или во время других разрешенных судьями остановок

3 Участнику запрещено ?

А. затягивать преднамеренно игру

Б. проводить перед началом встречи непосредственно на игровом столе разминку продолжительностью до 2 минут

В. получать советы в перерывах между партиями или во время других разрешенных судьей остановок

Г. обратиться к ведущему судье до начала следующего розыгрыша с просьбой или за разъяснениями

4. Отличительным признаком физической культуры является...

А. воспитание физических качеств и обучение двигательным действиям;

Б. выполнение физических упражнений;

В. физическое совершенство;

Г. занятия в форме урока;

5. Чем определяется физическое развитие человека?

А. ростом и весом;

Б. выносливостью;

В. морфологическими и функциональными свойствами организма;

Г. работоспособностью.

6. Какой тип осанки считается нормальным?

А. прогнутый;

Б. прямой;

В. наклонный;

Г. изогнутый.

7 Участник соревнований имеет право ?

А. получать советы в перерывах между партиями или во время других, разрешенных судьями остановок игры

Б. затягивать преднамеренно игру: длительным или несвоевременным вытиранием полотенцем

В. затягивать преднамеренно игру: умышленным повреждением мяча

Г. затягивать преднамеренно игру: выбиванием мяча за пределы игровой площадки

8 Участник соревнований имеет право ?

А. обратиться к ведущему судье до начала следующего розыгрыша за разъяснениями или с просьбой

Б. затягивать преднамеренно игру: выбиванием мяча за пределы игровой площадки

В. затягивать преднамеренно игру: постукиванием мяча перед подачей по столу, ракеткой

Г. затягивать преднамеренно игру: использованием пауз (более 15 с) между розыгрышами и перерывом

Вопросы к зачету

1. Общая физическая и специальная спортивная подготовка (цели и задачи, определение, характеристики).
2. Воспитание быстроты.
3. Общая физическая подготовка, её цели и задачи.
4. Оптимальная двигательная активность и её воздействие на здоровье и работоспособность человека.

5. Характеристика видов спорта, преимущественно развивающих выносливость человека.
6. Диагностика состояния здоровья (средства и методы исследования).
7. Гипокинезия и гиподинамия (определение и характеристики).
8. Виды спорта, преимущественно развивающие ловкость человека.
9. Средства физической культуры, обеспечивающие работоспособность человека.
10. Олимпийские игры (цели, задачи, основные отличия от других видов соревнований).
11. Воспитание выносливости (средства и методы, основные характеристики видов спорта, система подсчёта результатов).
12. Закономерности индивидуального физического развития человека
13. Методические принципы физического воспитания.
14. Воспитание силы в условиях тренировочной деятельности.
15. Основные задачи лечебной физической культуры.
16. Изменения в состоянии мышечной системы под влиянием физической нагрузки.
17. Воспитание выносливости (методика и основные характеристики)
18. Основные понятия о спортивной деятельности.
19. Общие основы обучения движениям.
20. Воспитание гибкости (методика, особенности тренировки)
21. Факторы, определяющие здоровье человека.
22. Использование словесных и сенсорных методов при обучении движениям
23. Физические качества человека: ловкость (особенности проявления в различных видах спорта)
24. Изменение функциональных возможностей организма человека средствами физической культуры.
25. Работоспособность и влияние на неё различных факторов.

3. *Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций*

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Основы самоменеджмента»



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.2: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других;
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Показатель оценивания: знание этических принципов социального взаимодействия
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.3: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
Показатель оценивания: знание условий командного взаимодействия
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.1: Понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда
Знать: принципы самовоспитания и самообразования
Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования
Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда
Показатель оценивания: знание принципов самовоспитания и самообразования
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.2: Демонстрирует умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории
Знать: критерии самоконтроля и рефлексии
Уметь: разрабатывать индивидуальную образовательную траекторию
Владеть: навыками корректировки обучения по выбранной траектории
Показатель оценивания: знание критериев самоконтроля и рефлексии
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.3: Применяет способы управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей
Знать: основы и принципы управления своей познавательной деятельностью
Уметь: управлять своей познавательной деятельностью
Владеть: навыками удовлетворения образовательных интересов и потребностей
Показатель оценивания: знание основы и принципы управления своей познавательной деятельностью

Шкала оценивания – для зачета - «зачтено», «не зачтено»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.2: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других;
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Показатель оценивания: знание этических принципов социального взаимодействия

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Продолжите определение самоменеджмента. Самоменеджмент - это управление базовыми ресурсами личности, такими как:

- А) материальные, финансовые, информационные ресурсы;
- Б) время, активность, платежеспособность, образованность;
- В) время, деньги, здоровье;
- Г) дом, семья, работа.

2. Основная цель самоменеджмента состоит в том, чтобы

(выберите правильные ответы):

- А) максимально использовать собственные возможности;
- Б) увеличить свои доходы;
- В) сознательно управлять течением своей жизни (самоопределяться);
- Г) преодолевать внешние обстоятельства как на работе, так и в личной жизни;
- Д) улаживать конфликты в личной и общественной жизни.

3. Самоменеджмент направлен на объекты управления (выберите правильные ответы):

- А) время,
- Б) активность,
- В) платежеспособность,
- Г) образованность (интеллектуальные способности личности)

Кейс 1. Управление перегрузками: как не утонуть в задачах

Ситуация:

Анна — руководитель отдела маркетинга в крупной FMCG-компании. В её подчинении 12 человек. За последние полгода компания активно растёт, число проектов увеличилось в 2 раза. Анна работает по 12 часов в день, постоянно на связи в мессенджерах, участвует во всех совещаниях (до 6–7 в день). Она чувствует, что не успевает завершать стратегические задачи, постоянно переключается между оперативными вопросами и не может довести ни одно дело до конца. Её команда тоже перегружена, но она не делегирует, так как считает, что «никто не сделает лучше, чем я». В последнее время она стала раздражительной, допускает ошибки в отчётах и пропускает дедлайны.

Задания:

1. Проведите диагностику проблем Анны: какие «воры времени» и внутренние барьеры мешают ей быть эффективной?
2. Предложите конкретные инструменты для расстановки приоритетов (матрица Эйзенхауэра, ABC-анализ) и составьте для Анны пример недельного плана с выделением защищённых блоков для стратегической работы.
3. Разработайте правила делегирования для Анны: какие задачи можно передать, кому и как контролировать выполнение.
4. Предложите программу восстановления энергетического баланса (режим дня, перерывы, физическая активность).

Задание 1

Фраза: Матрица Эйзенхауэра классифицирует задачи по двум критериям: важность и срочность. Задачи, которые являются одновременно важными и срочными, следует...

- А) ...делегировать другим сотрудникам
- Б) ...выполнять немедленно и лично
- С) ...планировать на будущее, выделяя время
- Д) ...исключить из списка дел, как несущественные

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. В развитии науки самоменеджмента выделяют следующие этапы:

- А) этап проб и ошибок;
- Б) этап разделения ответственности;
- В) этап выделения областей знаний в науке самоменеджмента;
- Г) этап систематизации знаний в технике личной работы.

2. Самоменеджмент представляет собой последовательное и целенаправленное выполнение определенных функций, среди них планирование своей деятельности, принятие решений по предстоящим делам, контроль итогов и корректировка целей, информация и коммуникация. Что пропущено?

- А) делегирование полномочий;
- Б) построение организационной структуры;
- В) самомотивация;
- Г) реализация и организация личного трудового процесса;

3. Основные психологические принципы целеполагания в самоменеджменте не включают.

- А) Принцип системности.
- Б) Принцип осмысленности.
- В) Принцип конкретности.
- Г) Принцип предельной полезности.

Кейс 2. Прокрастинация и перфекционизм: преодоление внутренних барьеров

Ситуация:

Дмитрий — ведущий аналитик в консалтинговой компании. Он обладает высоким уровнем экспертизы, но его часто «подводят» сроки сдачи проектов. Он откладывает начало работы над сложными отчётами, тратит часы на поиск «идеальной» структуры, бесконечно дорабатывает детали. В итоге он сдаёт работу в последний момент, иногда с опозданием, и качество страдает из-за спешки. Коллеги отмечают, что его работы всегда глубокие, но он сам считает, что «не оправдывает ожиданий». Дмитрий осознаёт проблему, но не может справиться с тревогой и страхом несовершенства.

Задания:

1. Определите тип прокрастинации Дмитрия и её психологические корни (перфекционизм, страх оценки).
2. Предложите технику «5-минутное правило», «поедание лягушки» и метод «декомпозиции» для преодоления страха старта.
3. Разработайте для Дмитрия стратегию работы с перфекционизмом: правило «сделано лучше, чем идеально», ограничение времени на этапы, регулярная обратная связь.
4. Предложите систему внешней поддержки (партнёр по ответственности, ежедневный чек-лист, рефлексия в конце дня).

Задание 2

Фраза: Правило Парето (принцип 80/20) в самоменеджменте гласит, что...

- А) ...80% рабочего времени следует тратить на выполнение 20% самых простых задач
- Б) ...20% усилий приносят 80% результатов, поэтому необходимо фокусироваться на ключевых, приоритетных задачах
- С) ...80% успеха зависит от правильного режима сна и питания
- Д) ...20% сотрудников выполняют 80% всей работы в коллективе

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.3: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий

Владеть: навыками планирования и управления временем

Показатель оценивания: знание условий командного взаимодействия

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Рефрейминг- это специальный прием, который позволяет:

- А) разгрузить рабочий день;
- Б) увидеть новые факты;
- В) контролировать самые разнообразные мотивы и интересы личности в процессе ее развития;
- Г) увидеть ситуацию, факт, действие под иным, непривычным для человека углом зрения.

2. Позитивные решения (принять идею)

- А) меняют нашу жизнь в лучшую сторону
- Б) меняют нашу жизнь в худшую сторону
- В) не меняют нашу жизнь
- Г) меняют нашу жизнь в лучшую или худшую сторону

3. Негативные решения (отбросить идею)

- А) меняют нашу жизнь в лучшую сторону;
- Б) меняют нашу жизнь в худшую сторону;
- В) меняют нашу жизнь в лучшую или худшую сторону;
- Г) не меняют нашу жизнь;

Кейс 3. Энергетический менеджмент: восстановление ресурсов

Ситуация:

Екатерина — менеджер по продажам в международной компании. Она работает в режиме «турбо»: постоянные переговоры, разница часовых поясов, командировки. Она гордится своей выносливостью, но в последнее время стала замечать, что к вечеру её работоспособность резко падает, она часто болеет, появилась бессонница. Она пытается восстанавливаться, лежа на диване с телефоном, но это не помогает. Екатерина понимает, что её ресурсы на исходе, и что дальше так работать нельзя.

Задания:

1. Оцените текущий уровень физической и ментальной энергии Екатерины. Выявите основные «энергозатратные» факторы в её рабочем дне.
2. Разработайте для неё персональный план энергетического менеджмента: режим сна, питание, физическая активность, «энергетические паузы» в течение дня.
3. Предложите техники быстрого восстановления (дыхательные практики, техники заземления) для использования в стрессовых ситуациях.
4. Сформулируйте правила «цифровой гигиены» (ограничение времени в соцсетях, отключение уведомлений в нерабочее время) для сохранения ментальной энергии.

Задание 3

Фраза: Техника «Помидора» (Pomodoro) предполагает работу циклами: 25 минут концентрации на одной задаче, затем короткий перерыв. После четырех таких циклов рекомендуется сделать длинный перерыв, чтобы...

- А) ...проверить социальные сети и ответить на все сообщения
- Б) ...восстановить когнитивные ресурсы и предотвратить утомление
- С) ...провести короткое совещание с коллегами
- Д) ...завершить все накопившиеся мелкие дела

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Как отойти от стереотипов, повысить уровень креативности и эффективности в принятии решений и управлении различными ситуациями? Для этого существует несколько приемов и методов, которые опробованы не одним человеком (выберите их из ниже приведенных рекомендаций):

- А) предложив один вариант действий, всегда искать второй, а лучше — несколько;
- Б) стараться находить как можно больше положительных объяснений поступкам других людей;
- В) искать другие решения в аналогичных сферах деятельности;
- Г) стараться запомнить услышанные или прочитанные высказывания, которые очень удивили.

2. Планирование деятельности является действительно самым мощным инструментом самоменеджмента. Выберите из перечисленного его выгоды.

- А) планирование деятельности мотивирует на новые достижения;
- Б) планирование позволяет лучше использовать время;
- В) планирование деятельности позволяет развить творческое мышление;
- Г) процесс планирования работы программирует наш ум.

3. При использовании методов улучшенного планирования потребуются:

- А) дневник;
- Б) ежедневник;
- В) калькулятор;
- Г) календарь планирования

Кейс 4. Приоритизация в условиях многозадачности

Ситуация:

Иван — руководитель проектов в IT-компании. Он одновременно ведёт 5 проектов разной степени готовности. К нему постоянно поступают срочные запросы от клиентов и руководства. Он пытается делать всё сразу, постоянно переключается между задачами, но в итоге не завершает ничего вовремя. Его команда также страдает от неясных приоритетов, и проекты буксуют. Иван знает о матрице Эйзенхауэра, но не применяет её системно.

Задания:

1. Проанализируйте негативные последствия многозадачности для эффективности Ивана (время на переключение, когнитивная нагрузка, качество).
2. Предложите систему приоритизации с использованием матрицы Эйзенхауэра и метода ABC. Опишите, как ежедневно выделять важные, но не срочные задачи.
3. Внедрите технику «тайм-блокинга» для Ивана: предложите структуру недели с защищёнными блоками для глубокой работы и окнами для встреч.
4. Разработайте регламент коммуникаций с заказчиками и командой, чтобы минимизировать спонтанные прерывания.

Задание 4

Фраза: В методе SMART при постановке целей буква «М» обозначает «измеримость» (Measurable). Это означает, что цель должна...

- А) ...быть понятной и однозначной для всех участников

- В) ...иметь количественные или качественные критерии, по которым можно оценить прогресс
- С) ...соответствовать долгосрочным ценностям и миссии
- Д) ...быть достижимой с учётом имеющихся ресурсов

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.1: Понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда
Знать: принципы самовоспитания и самообразования
Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования
Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда
Показатель оценивания: знание принципов самовоспитания и самообразования

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Что включается в схему эффективного распоряжения бюджетом времени:

- А) постановка цели;
- Б) планирование;
- В) установка приоритета;
- Г) работа с информацией;

2. Среди основных методов управления временным ресурсом выберите те, которые напрямую подразумевают установление приоритетов задач:

- А) система управления временем Б. Франклина;
- Б) матрица приоритетов Д. Эйзенхауэра;
- В) временной принцип В. Парето;
- Г) система «АБВ-анализа»;

3. Из скольких этапов состоит «Система Б. Франклина»:

- А) Ю;
- Б) 12;
- В) 6;
- Г) 3.

Кейс 5. Делегирование как инструмент самоменеджмента руководителя

Ситуация:

Сергей — директор по производству на предприятии с численностью 300 человек. Он в компании 20 лет, прошёл путь от мастера до директора. Он привык контролировать всё лично: утверждает каждую заявку на материалы, проверяет графики, решает кадровые вопросы. В результате его рабочий день длится 14 часов, он не успевает заниматься стратегическими вопросами (модернизация, новые продукты). Его заместители и начальники цехов имеют высокую квалификацию, но он им не доверяет, считая, что «без меня ничего не решат».

Задания:

1. Определите причины нежелания Сергея делегировать (страх потери контроля, перфекционизм, недоверие).
2. Составьте матрицу делегирования: какие задачи Сергей может передать заместителям, какие — начальникам цехов, а какие оставить за собой.
3. Разработайте систему контроля делегированных задач (регулярные отчёты, контрольные точки, принцип «эскалации только по исключениям»).
4. Предложите план постепенного расширения зон ответственности для заместителей с обучением и поддержкой.

Задание 5

Фраза: Лучший способ преодолеть прокрастинацию в начале работы над сложным проектом — это...

- А) ...подробно спланировать все этапы и приступить к самому лёгкому из них
- Б) ...использовать «5-минутное правило», начав работать над задачей хотя бы 5 минут
- В) ...отложить проект до вечера, когда появится вдохновение
- Д) ...сразу приступить к самому трудоёмкому блоку, чтобы «съесть лягушку»

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Критерии оценки приоритетов, предложенные Д. Эйзенхауэром:

- А) Срочность;
- Б) Сложность;
- В) Количество затрачиваемого времени;
- Г) Важность.

2. Одной из закономерностей какого метода является: «важнейшие задачи составляют примерно 15% от общего количества дел руководителя, а вклад этих задач для достижения цели составляет около 65%»:

- А) матрица приоритетов Д. Эйзенхауэра;
- Б) временной принцип В. Парето;
- В) система «АБВ-анализа»;
- Г) метод «Альпы».

3. Выберите факторы, оказывающие основное влияние на эффективность использования рабочего времени:

- А) режим работы;
- Б) количество работников в организации;
- В) самочувствие, работоспособность;
- Г) эргономика труда.

Кейс 6. Управление информационной перегрузкой**Ситуация:**

Ольга — руководитель отдела закупок в крупной торговой сети. Она ежедневно получает более 200 писем, участвует в 5–6 онлайн-встречах, читает новости отрасли, мониторит конкурентов. Она чувствует, что «захлёбывается» в информации, но не может отфильтровать важное. Она часто пропускает критически важные сообщения, а на чтение второстепенных тратит часы. Её решения становятся менее обоснованными, она устаёт к середине дня.

Задания:

1. Проведите аудит информационных потоков Ольги: какие каналы, какова частота, какой объём информации, каковы потери времени.
2. Предложите систему фильтрации информации: правила работы с почтой (проверка 3 раза в день), использование папок, тегов, автоматических фильтров.
3. Внедрите практику «информационных детоксов» (например, отказ от новостей в первой половине дня) и ограничение времени в мессенджерах.
4. Разработайте план внедрения системы «обработка один раз» (GTD) для входящих задач: как обрабатывать каждое письмо/запрос за одно касание.

Задание 6

Фраза: Для эффективного управления временем и предотвращения переключений между задачами рекомендуется использовать метод, который называется...

- А) ...мультизадачность (многозадачность)
- В) ...однозадачность (single-tasking) — фокусировка на одной задаче до её завершения
- С) ...чередование сложных и простых задач каждые 15 минут
- Д) ...постоянный мониторинг электронной почты и мессенджеров

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.2: Демонстрирует умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории
Знать: критерии самоконтроля и рефлексии
Уметь: разрабатывать индивидуальную образовательную траекторию
Владеть: навыками корректировки обучения по выбранной траектории
Показатель оценивания: знание критериев самоконтроля и рефлексии

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. «Кто не знает, в какую гавань он плывет, для того нет попутного ветра» — к какому принципу эффективной организации собственного времени можно отнести данное утверждение:

- А) планирование времени;
- Б) вынужденная эффективность;
- В) одна задача — одна работа;
- Г) «отстойники».

2. Важнейшим из всех периодов планирования для руководителя, помогающим рационально использовать временной ресурс, является:

- А) час;
- Б) день;
- В) год;
- Г) 5 лет.

3. Образованность — это

- А) знания, обеспечивающие человеку определенные стартовые возможности,
- Б) индивидуально-личностный результат образования,
- В) ценностно-ориентированное знание,
- Г) формы индивидуального обучения.

Кейс 7. Баланс работа-жизнь в эпоху удалённой работы

Ситуация:

Мария — руководитель HR-службы в международной IT-компании. Она работает удалённо более 2 лет. Её рабочий день начинается с 8 утра и заканчивается поздно вечером, так как она пересекается с коллегами из США и Европы. Дома двое детей дошкольного возраста, муж также работает из дома. Мария постоянно находится в режиме «многозадачности»: она отвечает на рабочие письма, одновременно готовит обед, а между встречами занимается детьми. Она чувствует, что нет границы между работой и домом, что она не успевает нигде, и что отношения в семье страдают.

Задания:

1. Определите основные причины размывания границ между работой и личной жизнью.

- нию у Марии.
2. Предложите конкретные способы установления физических, временных и цифровых границ (отдельное рабочее место, фиксированное начало и конец дня, отключение уведомлений).
 3. Разработайте семейный контракт о распределении домашних обязанностей с мужем, включая делегирование части дел детям.
 4. Предложите ритуалы «переключения» (например, короткая прогулка после работы) и практики осознанности для восстановления.

Задание 7

Фраза: В модели «Колесо жизненного баланса» оценка удовлетворённости в различных сферах (карьера, здоровье, семья, финансы и др.) помогает...

- А) ...определить, какие сферы требуют первоочередного внимания для достижения гармонии
- Б) ...ранжировать задачи по степени срочности в каждой из сфер
- С) ...выбрать одну сферу и посвятить ей всё свободное время
- Д) ...оценить эффективность использования рабочего времени

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Субъективными источниками развития внутренней познавательной мотивации человека выступают:

- А) саморазвитие и самосовершенствование личности,
- Б) усложнение проблемы и выявления ее взаимосвязей,
- В) потребность в самореализации,
- Г) состояние здоровья человека.

2. Каковы основные функции памяти, используемые в повседневной жизни и профессиональной деятельности человека?

- А) сохранение, воспроизведение;
- Б) обобщение, передача;
- В) запоминание, сохранение;
- Г) запоминание, узнавание.

3. Объективными факторами, влияющими на продуктивность запоминания, являются:

- А) характер, наглядность и количество информации;
- Б) врожденные способности человека;
- В) осмысленность и понятность информации;
- Г) особенности обстановки, в которой происходит запоминание.

Кейс 8. Развитие эмоционального интеллекта для самоменеджмента

Ситуация:

Алексей — руководитель отдела продаж, известный своим жёстким стилем управления. Он требователен, прямолинеен, часто повышает голос на подчинённых. В последнее время его команда показывает падение результатов, текучесть возросла, а многие сотрудники боятся высказывать своё мнение. Алексей считает, что «главное — результат, а эмоции — это слабость». Однако он заметил, что сам часто раздражается, теряет самообладание на совещаниях, и это мешает ему строить доверительные отношения с ключевыми клиентами.

Задания:

1. Оцените уровень эмоционального интеллекта Алексея по модели Гоулмана (самосознание, саморегуляция, мотивация, эмпатия, социальные навыки). Какие компоненты слабы?
2. Предложите конкретные упражнения для развития самосознания (ведение дневника эмоций, техника «стоп-сигнал»).
3. Разработайте план по развитию эмпатии и активного слушания (тренинг по вопросам, техника «отражение» эмоций собеседника).
4. Как Алексей может использовать обратную связь от команды для коррекции своего поведения? Предложите формат анонимного опроса и регулярных встреч один на один.

Задание 8

Фраза: Техника «Стоп-сигнал» (или «пауза перед реакцией») используется для управления эмоциями и предполагает, что перед ответом на раздражающую ситуацию необходимо...

- A) ...сделать глубокий вдох и сосчитать до десяти, чтобы снизить импульсивность
- B) ...немедленно выразить свои чувства, чтобы не накапливать напряжение
- C) ...покритиковать собеседника, чтобы он понял свою неправоту
- D) ...записать свои эмоции, а затем отправить сообщение

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.3: Применяет способы управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей
Знать: основы и принципы управления своей познавательной деятельностью
Уметь: управлять своей познавательной деятельностью
Владеть: навыками удовлетворения образовательных интересов и потребностей
Показатель оценивания: знание основы и принципы управления своей познавательной деятельностью

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какая из перечисленных техник лучше всего подходит для преодоления прокрастинации на начальном этапе работы над сложной задачей?

- A) Техника «Помидора» (Pomodoro) — работа 25 минут, затем перерыв
- B) Правило двух минут (если задача занимает менее 2 минут, сделать сразу)
- C) 5-минутное правило (начать работать над задачей всего на 5 минут)
- D) Метод «Съешь лягушку» (выполнить самую сложную задачу утром)

2. Какие из перечисленных элементов являются обязательными для постановки цели по методике SMART?

- A) Конкретность (Specific)
- B) Измеримость (Measurable)
- C) Сложность (Complex)
- D) Достижимость (Achievable)
- E) Актуальность (Relevant)
- F) Ограниченность по времени (Time-bound)

3. Что из перечисленного наиболее точно характеризует принцип Парето (правило 80/20) в контексте самоменеджмента?

- А) 80% рабочего времени следует посвящать выполнению 20% самых простых задач
- В) 20% усилий приносят 80% результатов, поэтому важно фокусироваться на ключевых задачах
- С) 80% успеха зависит от правильного режима сна и питания
- Д) 20% сотрудников выполняют 80% всей работы в коллективе

Кейс 9. Целеполагание и планирование карьеры

Ситуация:

Виктор — менеджер среднего звена в финансовом секторе, ему 40 лет. Он успешно работает в компании 8 лет, но чувствует, что развитие остановилось. Нет повышения, задачи стали рутинными. Он задумывается о смене работы, но не знает, в каком направлении двигаться. Он хочет занять руководящую позицию, но не уверен в своих компетенциях и не знает, как построить карьеру. Он также испытывает страх перед переменами.

Задания:

1. Проведите SWOT-анализ личности Виктора (сильные стороны, слабые, возможности, угрозы) для выявления его карьерного потенциала.
2. Используя методику SMART, сформулируйте для Виктора долгосрочную карьерную цель (на 3–5 лет) и декомпозируйте её на годовые задачи.
3. Предложите план действий по развитию недостающих компетенций (обучение, нетворкинг, проекты) с конкретными сроками и ресурсами.
4. Как Виктору справиться со страхом перемен? Предложите техники работы со страхом (метод «экспозиции», ведение дневника тревог).

Задание 9

Фраза: В соответствии с моделью «Лестница компетентности» человек, который обладает навыком, но не может его объяснить и выполняет действия автоматически, находится на уровне...

- А) неосознанной некомпетентности
- В) осознанной некомпетентности
- С) осознанной компетентности
- Д) неосознанной компетентности

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какие из перечисленных методов относятся к способам управления стрессом и поддержания эмоционального равновесия в рабочей среде?

- А) Дыхательные упражнения (например, техника 4-7-8)
- В) Ведение дневника эмоций
- С) Игнорирование проблем и отвлечение на соцсети
- Д) Регулярные короткие перерывы на физическую активность
- Е) Техника «Стоп-сигнал» (пауза перед реакцией)

2. Какая модель описывает этапы освоения нового навыка, начиная с неосознанной некомпетентности и заканчивая неосознанной компетентностью?

- А) Модель изменения поведения по Коттеру
- В) Лестница компетентности (модель Ноэля)
- С) Модель Дилтса (логические уровни)
- Д) Цикл Деминга (PDCA)

3. Согласно матрице Эйзенхауэра, задачи, которые одновременно являются и важ-

ными, и срочными, следует:

- А) Делегировать другим сотрудникам
- В) Выполнять немедленно и лично
- С) Планировать на будущее, выделяя время
- Д) Исключить из списка дел

Кейс 10. Кризис среднего возраста и переосмысление жизненных целей

Ситуация:

Наталья — 45 лет, руководитель отдела маркетинга в крупной розничной сети. Она прошла блестящий карьерный путь, достигла высокого статуса и дохода. Однако в последние годы она испытывает чувство пустоты, ей неинтересна работа, потерял смысл. Она часто ловит себя на мысли: «Это всё? Неужели я буду делать это до пенсии?». Она пробовала хобби, путешествия, но это лишь временное отвлечение. Она думает о смене деятельности, но не знает, куда идти, и боится потерять финансовую стабильность.

Задания:

1. Проанализируйте, какие потребности Натальи не удовлетворены в текущей жизни (по пирамиде Маслоу или теории самодетерминации).
2. Предложите для Натальи инструменты саморефлексии: «колесо жизненного баланса», анализ ценностей (по Шварцу), «письмо себе через 5 лет».
3. Разработайте для неё годовой план по переосмыслению и поиску новых смыслов: возможные направления (консалтинг, наставничество, преподавание, социальное предпринимательство) и шаги по их исследованию (информационные интервью, волонтерство, пробные проекты).
4. Предложите стратегию управления финансами и временем для безопасного перехода к новой деятельности без резкой потери дохода.

Задание 10

Фраза: Принцип «Съешь лягушку» в тайм-менеджменте рекомендует в начале дня выполнить...

- А) ...самую неприятную и сложную задачу, чтобы освободить энергию для остальных дел
- В) ...несколько самых простых и быстрых задач, чтобы создать ощущение прогресса
- С) ...задачи, связанные с общением, чтобы зарядиться энергией от коллег
- Д) ...ту задачу, которую проще всего делегировать

Вопросы к зачету

1. Понятие самоменеджмент, его составные части.
2. Содержание основных функций самоменеджмента.
3. Значение самоменеджмента в профессиональной деятельности людей.
4. Человек как система «индивид», «личность», «индивидуальность».
5. Понятие личностного потенциала.
6. Самосовершенствование через самоменеджмент.
7. Понятие ресурса времени.
8. Методы управления своим временем.
9. Значение планирования. Особенности ежедневного планирования. Типы задач в планировании рабочего дня. Алгоритм планирования дня.
10. Понятие ресурса активности и работоспособности.
11. Методы управления ресурсом активности и работоспособности.
12. Управление работоспособностью: жизненные и временные циклы.
13. Развитие навыков здорового образа жизни.
14. Управление деловой карьерой.
15. Взаимосвязь понятий: грамотность, образованность, культура.

16. Образованность как стратегическое преимущество личности.
17. Образовательная среда и образовательное пространство.
18. Законы работы мозга.
19. Технологии эффективной учебной деятельности.
20. Команда и малая группа.
21. Технология командообразования.
22. Качества творческой личности.
23. Развитие познавательной деятельности.
24. Профессиональная карьера: понятие, сущность, основные этапы, модели развития карьеры.
25. Повышение уровня креативности при решении профессиональных задач.
26. Понятие стресса. Факторы стресса.
27. Установки человека: позитивные и негативные. Формирование навыков решения
28. проблем. Стереотипы. Вариативность. Принцип алгоритма.
29. Анализ собственной мотивации и характеристик.
30. Факторы, влияющие на работоспособность менеджера.
31. Способы расслабления и обретения спокойствия.
32. Распорядок жизнедеятельности делового человека.
33. Методы самосовершенствования.
34. Сам себе коуч: понятие самокоучинга, техники построения «Колеса баланса» и «Мастер-плана».

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос. Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос. Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа. Время выполнения задания – 30 минут. Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа

Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Управление проектами»



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1: Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
Показатель оценивания: знание правовых норм и методологических основ принятия управленческого решения
УК-2.2: Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать
Знать: критерии отбора вариантов решений.
Уметь: выбирать оптимальный вариант решения.
Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основных направлений работ
Показатель оценивания: знание базовых критериев отбора вариантов решений
УК-2.3: Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
Знать: методику расчета показателей, необходимых для составления экономических разделов проекта, особенно-сти их обоснования и представления результатов в соответствии с применяемыми в организации стандартами
Уметь: выполнять необходимые для составления экономических проектов расчеты, обосновывать их, представлять результаты и принимать оптимальные решения в области ресурсного обеспечения бизнеса
Владеть: практическими навыками расчета показателей, необходимых для осуществления проектов, навыками обоснования и представления полученных по итогам расчетов результатов
Показатель оценивания: знание базовых методик расчета показателей, необходимых для составления экономических разделов проекта, особенности их обоснования и представления результатов в соответствии с применяемыми
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.3: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
Показатель оценивания: знание базовых условий командного взаимодействия
ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традицион-
ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску,
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида
графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании
Показатель оценивания: знание базовых понятий рисунка и перспективы, особенности каждого вида
ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.

Показатель оценивания: знание базовых технологий выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения
Показатель оценивания: знание особенности языка графики как средства коммуникации
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реа-
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведе-
Показатель оценивания: знание базовых основ правового саморегулирования рекламно-коммуникационной дея-
ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.
Показатель оценивания: знание технологий подготовки к производству рекламного продукта
ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей
Показатель оценивания: знание основ использования традиционных и современных средств рекламы

Шкала оценивания – для зачета: зачтено и не зачтено

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-2.1: Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
Уметь: принимать управленческие решения
Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм
Показатель оценивания: знание правовых норм и методологических основ принятия управленческого решения

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Организационная структура, при которой возможно перераспределение человеческих ресурсов между проектами без реорганизации существующей структуры

- А. Матричная
- Б. Функциональная
- В. Линейно-функциональная
- Г. Дивизиональная

2. Сторона, вступающая в отношения с заказчиком и берущая на себя ответственность за выполнение работ и услуг по контракту

Варианты ответа:

- А. инвестор
- Б. спонсор
- В. контрактор (подрядчик)
- Г. лицензиар

3. Участники проекта – это ...

А. физические лица и организации, которые непосредственно вовлечены в проект или

- Б. чьи интересы могут быть затронуты при осуществлении проекта
- В. конечные потребители результатов проекта
- Г. команда, управляющая проектом

4. Особенность социальных проектов

А. Количественная и качественная оценка достижения результатов существенно

Б. затруднена

В. Целью социальных проектов является улучшение экономических показателей системы

Г. Сроки проекта четко определены и не требуют корректировки в процессе реализации

5. Инновационные проекты отличаются ...

- ры
- А. высокой степенью неопределенности и рисков
 - Б. целью проекта является получение прибыли на вложенные средства
 - В. необходимостью использовать функциональные организационные структуры
 - Г. большим объемом проектной документации
6. **Организационная структура – это ...**
- лений и
- А. совокупность элементов организации (должностей и структурных подразделений и
 - Б. связей между ними
 - В. команда проекта под руководством менеджера проекта
 - Г. организационно-правовая документация предприятия, реализующего проект
- ект
7. **Ключевое преимущество управления проектами**
- А. экономия времени и ресурсов на реализацию проекта за счет применения
 - Б. эффективных методов, технологий и инструментов управления
 - В. возможность с помощью инструментов планирования смоделировать детально и формализовать реализацию проекта
 - Г. возможность осуществить объективную оценку экономической эффективности инвестиционного проекта
8. **Веха – это ...**
- А. набор логически взаимосвязанных работ проекта, в процессе завершения которых достигается один из основных результатов проекта
 - Б. полный набор последовательных работ проекта
 - В. ключевое событие проекта, используемое для осуществления контроля над ходом
 - Г. его реализации

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Проект отличается от процессной деятельности тем, что ...**
- А. проект является непрерывной деятельностью, а процесс – единоразовым мероприятием
 - Б. проект поддерживает неизменность организации, а процессы способствуют ее изменению
 - В. процессы в организации цикличны, они повторяются, а проект – уникален, он всегда
 - Г. имеет дату начала и окончания
2. **Окружение проекта – это ...**
- Варианты ответа:
- А. среда проекта, порождающая совокупность внутренних или внешних сил, которые
 - Б. способствуют или мешают достижению цели проекта
 - В. совокупность проектных работ, продуктов и услуг, производство которых должно быть обеспечено в рамках осуществляемого проекта
 - Г. группа элементов (включающих как людей, так и технические элемент, ор-

ганизованных таким образом, что они в состоянии действовать как единое целое в целях достижения, поставленных перед ними целей

3. На стадии разработки проекта

- А. расходуется 9-15% ресурсов проекта
- Б. расходуется 65-80% ресурсов проекта
- В. ресурсы проекта не расходуются
- Г. Нет правильного ответа

4. Проект – это ...

- А. инженерная, техническая, организационно-правовая документация по реализации запланированного мероприятия
- Б. ограниченное по времени, целенаправленное изменение отдельной системы с
- В. установленными требованиями к качеству результатов, с ограничениями расходования
- Г. средств и со специфической организацией

5. Наибольшее влияние на проект оказывают ...

- А. экономические и правовые факторы
- Б. экологические факторы и инфраструктура
- В. культурно-социальные факторы
- Г. политические и экономические факторы

6. Предметная область проекта

- А. совокупность проектных работ, продуктов и услуг, производство которых должно
- Б. быть обеспечено в рамках осуществляемого проекта
- В. результаты проекта
- Г. местоположение проектного офиса

7. Фаза проекта – это ...

- А. набор логически взаимосвязанных работ проекта, в процессе завершения которых
- Б. достигается один из основных результатов проекта
- В. полный набор последовательных работ проекта
- Г. ключевое событие проекта, используемое для осуществления контроля над ходом его реализации

8. Проекты, подверженные наибольшему влиянию внешнего окружения

- А. Социальные и инвестиционные
- Б. Экономические и инновационные
- В. Организационные и экономические
- Г. Нет правильного ответа

УК-2.2: Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать

Знать: критерии отбора вариантов решений.

Уметь: выбирать оптимальный вариант решения.

Владеть: навыками разработки планов, определения целевых этапов и основных направлений работ

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. **Функциональная структура – это ...**
 - А. совокупность линейно-функциональных подразделений, где каждое подразделение
 - Б. выполняет определенные функции, характерные для всех направлений деятельности
 - В. предприятия
 - Г. временная структура, создаваемая для решения конкретной комплексной задачи (разработки проекта и его реализации)

 2. **Последовательность в иерархической структуре целей и задач (сверху вниз)**
 Варианты ответа:
 - А. Миссия
 - Б. Стратегическая цель
 - В. Тактические цели
 - Г. Оперативные задачи
 Ответ: АБВГ

 3. **Цель проекта – это ...**
 - А. желаемый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного осуществления
 - Б. проекта в заданных условиях его выполнения
 - В. направления и основные принципы осуществления проекта
 - Г. получение прибыли

 4. **Непосредственное инициирование проекта включает в себя ...**
 - А. Принятие решения о начале проекта
 - Б. Определение и назначение управляющего проектом
 - В. Принятие решения об обеспечении ресурсами выполнения первой фазы проекта
 - Г. - Анализ проблемы и потребности в проекте

 5. **Инициация проекта – это стадия процесса управления проектом, результатом которой является ...**
 - А. санкционирование начала проекта
 - Б. утверждение сводного плана
 - В. окончание проектных работ
 - Г. архивирование проектной документации и извлеченные уроки

 6. **Стратегия проекта – это ...**
 - А. желаемый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного осуществления проекта в заданных условиях его выполнения
 - Б. направления и основные принципы осуществления проекта
-

- В. получение прибыли
 - Г. причина существования проекта

 - 7. Задачи, которые включает формирование концепции проекта**
 - А. Анализ проблемы и потребности в проекте
 - Б. Сбор исходных данных
 - В. Определение целей и задач проекта
 - Г. Разработка концепции по отдельным функциям управления проекта

 - 8. Последовательность процессов определения целей и задач**
 - А. Формулирование
 - Б. Структурирование
 - В. Согласование
 - Г. Фиксация
- Ответ: АБВГ

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Критерии, которым должна соответствовать SMART-цель**
 - А. Цель должна быть измеримой, т.е. должны быть указаны конкретные показатели и
 - Б. их значения, по которым определяется степень достижения цели
 - В. Цель должна быть согласована всеми заинтересованными сторонами
 - Г. Должна быть определена дата достижения цели

- 2. Концепция проекта ...**
 - А. должна быть согласована ключевыми участниками проекта: заказчиком, инвестором,
 - Б. спонсором и др.
 - В. обязательно содержит описание целей проекта, его основных параметров
 - Г. утверждается в завершении фазы инициации проекта

- 3. Факторы, которыми характеризуются проектные риски и на основе которых формируется план управления рисками**
 - А. Рисковое событие
 - Б. Вероятность наступления рискованного события
 - В. Размер потерь в результате наступления рискованного события
 - Г. Степень агрессивности внешней среды

- 4. Основной результат стадии разработки проекта**
 - А. сводный план осуществления проекта
 - Б. концепция проекта
 - В. достижение цели и получение ожидаемого результата проекта
 - Г. инженерная проектная документация

- 5. Последовательность действий по планированию стоимости проекта**
 - А. Определение стоимости использования ресурсов (материальных и трудовых)

- Б. Определение стоимости каждой проектной работы, исходя из объема затрачиваемых на выполнение ресурсов и их стоимости
 - В. Определение стоимости всего проекта
 - Г. Составление, согласование и утверждение сметы проекта
 - Д. Формирование, согласование и утверждение бюджета проекта
- Ответ: АБВГ

- 6. Предметная область проекта – это ...**
- А. содержание и объем проектных работ, совокупность продуктов и услуг, производство которых должно быть обеспечено в результате завершения осуществляемого проекта
 - Б. производимый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного осуществления проекта в заданных условиях его выполнения

- 7. Календарный план – это ...**
- А. документ, устанавливающий полный перечень работ проекта, их взаимосвязь,
 - Б. последовательность и сроки выполнения, продолжительности, а также исполнителей и
 - В. ресурсы, необходимые для выполнения работ проекта
 - Г. сетевая диаграмма

- 8. Диаграмма Ганта – это ...**
- А. горизонтальная линейная диаграмма, на которой работы проекта представляются
 - Б. протяженными во времени отрезками, характеризующимися временными и другими
 - В. параметрами
 - Г. документ, устанавливающий основные ресурсные ограничения проекта

УК-2.3: Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
Знать: методику расчета показателей, необходимых для составления экономических разделов проекта, особенности их обоснования и представления результатов в соответствии с применяемыми в организации стандартами
Уметь: выполнять необходимые для составления экономических проектов расчеты, обосновывать их, представлять результаты и принимать оптимальные решения в области ресурсного обеспечения бизнеса
Владеть: практическими навыками расчета показателей, необходимых для осуществления проектов, навыками обоснования и представления полученных по итогам расчетов результатов
Показатель оценивания: знание базовых методик расчета показателей, необходимых для составления экономических разделов проекта, особенности их обоснования и представления результатов в соответствии с применяемыми

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Основные направления и цели осуществления будущего проекта описываются в разделе бизнес-плана — анализ:**
- а) положения дел в отрасли +
 - б) рынка
 - в) продукции

2. Проекты, имеющие высокую прибыльность и дающие конкурентоспособную продукцию, финансируются:

- а) с дополнительным регрессом на заемщика
- б) без права регресса на заемщика +
- в) с полным регрессом на заемщика

3. Процесс разработки основной документации по проекту, технических требований, оценок, укрупненных календарных планов, процедур контроля и управления — это ... планирование:

- а) базисное
- б) стратегическое
- в) концептуальное +

4. Существо предлагаемого проекта — это раздел бизнес-плана проекта, который описывает продукцию и:

- а) технологии +
- б) потребность в финансах
- в) лицензию

5. Традиционный инструмент проектирования и изображения организационных структур:

- а) матрицы ответственности
- б) сетевые матрицы
- в) иерархический график +

6. Для организаций, регулярно реализующих один или несколько проектов, применяется тип организационной структуры управления проектами:

- а) «выделенная»
- б) «всеобщее управление проектами» +
- в) «адхократическая»

7. Проект, характеризующийся тем, что имеет только одного постоянного сотрудника — руководителя проекта, выполняющего функции коммуникационного центра проекта, является ... матричной структурой:

- а) единичной
- б) сильной
- в) слабой +

8. Комплекс инженерно-консультационных услуг коммерческого характера по подготовке и обеспечению непосредственно процесса производства, обслуживанию сооружений, эксплуатации хозяйственных объектов и реализации продукции:

- а) инжиниринг +
- б) консалтинг
- в) франчайзинг

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Ресурсами для выполнения работ по проекту типа «мощность» являются люди и:

- а) финансовые средства
- б) средства труда только однократного применения
- в) машины +

2. В сильной матричной структуре в проекты привлекается столько % всех организационных ресурсов предприятия:

- а) 10-20
- б) 50-95 +
- в) 30-40

3. Отношение высоколиквидных активов к текущим пассивам — это коэффициент ... ликвидности:

- а) абсолютной +
- б) относительной
- в) промежуточной

4. Анализ и оценка экономической эффективности организационных структур может проводиться с использованием методологии:

- а) сетевого планирования
- б) попроцессного учета затрат ABC/ABM +
- в) организации технологических и управленческих процессов

5. Влияние реализации проекта на деятельность других аналогичных предприятий учитывается при оценке эффективности проекта:

- а) отраслевой +
- б) бюджетной
- в) участия предприятий

6. Горизонтальная линейная диаграмма, на которой задачи проекта представляются протяженными во времени отрезками, характеризующимися датами начала и окончания, задержками и, возможно, другими временными параметрами, — это диаграмма:

- а) Бранта
- б) предшествования-следования
- в) Ганта +

7. Насколько спрос чувствителен к изменению цены, показывает ... спроса:

- а) эластичность +
- б) адекватность
- в) изменчивость

8. Штрафы за несоблюдением законодательно установленных нормативов относятся к ... функции государственного управления:

- а) регулирующей
 - б) контролирующей +
 - в) нормативно-методической
-

УК-3.3: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем

Знать: условия командного взаимодействия

Уметь: применять методы оценки своих действий

Владеть: навыками планирования и управления временем

Показатель оценивания: знание базовых условий командного взаимодействия

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Методы сетевого планирования основываются на методах оценки и пересмотра планов и:

- а) построения стрелочных диаграмм
- б) структурной декомпозиции работ
- в) критического пути +

2. Генеральная цель проекта, четко выраженная причина его существования — это его:

- а) концепция
- б) миссия +
- в) стратегия

3. Активное участие ... в проекте охватывает весь период эксплуатации и дальнейшего развития объекта недвижимости:

- а) девелопера
- б) деливера
- в) девелопмента

4. Функции контроля за реализацией проекта выполняет банк-кредитор и:

- а) подрядчик
- б) специализированная компания +
- в) лизинговая организация

5. Денежные потоки, поступающие от каждого участника в проект, называются:

- а) доходами
- б) вкладами
- в) притоками +

6. Областями применения концепции открытого проекта становятся большие экономические, социальные и социально-экономические проекты ... уровня:

- а) районного
- б) государственного +
- в) муниципального

7. Областями применения концепции открытого проекта становятся большие экономические, социальные и социально-экономические проекты ... уровня:

- а) муниципального
- б) местного
- в) межгосударственного +

8. Управление проектом — управление процессом его:

- а) планирования
- б) реализации +
- в) разработки

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. ... является неким эмбрионом, зерном, латентно содержащим в себе концепцию проекта, получающим из внешней среды необходимые ресурсы и вырастающим в результате этого в иерархическую, «древовидную» структуру:

- а) цель +
- б) средство
- в) желание

2. Проекты организационной направленности — это такие некоммерческие проекты:

- а) средние
- б) большие
- в) малые +

3. Метод контроля фактического выполнения работ по проекту, который отслеживает только моменты завершения детальных работ, является методом ... контроля:

- а) простого +
- б) детального
- в) сложного

4. Работы по реализации проекта проводят в фазе жизненного цикла проекта:

- а) разработка
- б) выполнение +
- в) концептуальная

5. Генеральная цель проекта, четко выраженная причина его существования — это его:

- а) концепция
- б) миссия +
- в) стратегия

6. Активное участие ... в проекте охватывает весь период эксплуатации и дальнейшего развития объекта недвижимости:

- а) девелопера
- б) деливера
- в) девелопмента

7. Функции контроля за реализацией проекта выполняет банк-кредитор и:

- а) подрядчик
- б) специализированная компания +
- в) лизинговая организация

8. Денежные потоки, поступающие от каждого участника в проект, называются:

- а) доходами
- б) вкладами
- в) притоками +

ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к вы- пуску,
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании
Показатель оценивания: знание базовых понятий рисунка и перспективы, особенности каждого вида

Вариант 1

**Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных отве-
тов:**

1. Цель проекта – это:

- А. - Сформулированная проблема, с которой придется столкнуться в процессе вы-
полнения проекта
- Б. + Утверждение, формулирующее общие результаты, которых хотелось бы до-
биться в процессе выполнения проекта
- В. - Комплексная оценка исходных условий и конечного результата по итогам вы-
полнения проекта

2. Реализация проекта – это:

- А. - Создание условий, требующихся для выполнения проекта за нормативный пе-
риод
- Б. - Наблюдение, регулирование и анализ прогресса проекта
- В. + Комплексное выполнение всех описанных в проекте действий, которые
направлены на достижение его целей

3. Проект отличается от процессной деятельности тем, что:

- А. - Процессы менее продолжительные по времени, чем проекты
- Б. - Для реализации одного типа процессов необходим один-два исполнителя, для
реализации проекта требуется множество исполнителей
- В. + Процессы однотипны и цикличны, проект уникален по своей цели и методам
реализации, а также имеет четкие сроки начала и окончания

**4. Что из перечисленного не является преимуществом проектной организацион-
ной структуры?**

- А. + Объединение людей и оборудования происходит через проекты
- Б. - Командная работа и чувство сопричастности
- В. - Сокращение линий коммуникации

**5. Что включают в себя процессы организации и проведения контроля качества
проекта?**

- А. - Проверку соответствия уже полученных результатов заданным требованиям
- Б. - Составление перечня недоработок и отклонений
- В. + Промежуточный и итоговый контроль качества с составлением отчетов

6. Метод освоенного объема дает возможность:

- А. - Освоить минимальный бюджет проекта
- Б. + Выявить, отстает или опережает реализация проекта в соответствии с графиком, а также подсчитать перерасход или экономию проектного бюджета
- В. - Скорректировать сроки выполнения отдельных процессов проекта

7. Какая часть ресурсов расходуется на начальном этапе реализации проекта?

- А. + 9-15 %
- Б. - 15-30 %
- В. - до 45 %

8. Какие факторы сильнее всего влияют на реализацию проекта?

- А. - Экономические и социальные
- Б. - Экономические и организационные
- В. + Экономические и правовые

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Назовите отличительную особенность инвестиционных проектов:

- А. - Большой бюджет
- Б. + Высокая степень неопределенности и рисков
- В. - Целью является обязательное получение прибыли в результате реализации проекта

2. Что такое веха?

- А. + Знаковое событие в реализации проекта, которое используется для контроля за ходом его реализации
- Б. - Логически взаимосвязанные процессы, выполнение которых приводит к достижению одной из целей проекта
- В. - Совокупность последовательно выполняемых действий по реализации проекта

3. Участники проекта – это:

- А. - Потребители, для которых предназначался реализуемый проект
- Б. - Заказчики, инвесторы, менеджер проекта и его команда
- В. + Физические и юридические лица, непосредственно задействованные в проекте или чьи интересы могут быть затронуты в ходе выполнения проекта

4. Инициация проекта является стадией в процессе управления проектом, по итогам которой:

- А. - Объявляется окончание выполнения проекта
- Б. + Санкционируется начало проекта
- В. - Утверждается укрупненный проектный план

5. Что такое предметная область проекта?

- А. + Объемы проектных работ и их содержание, совокупность товаров и услуг, производство (выполнение) которых необходимо обеспечить как результат выполнения проекта
 - Б. - Направления и принципы реализации проекта
 - В. - Причины, по которым был создан проект
-

6. Для чего предназначен метод критического пути?

- А. - Для определения сроков выполнения некоторых процессов проекта
- Б. - Для определения возможных рисков
- В. + Для оптимизации в сторону сокращения сроков реализации проекта

7. Структурная декомпозиция проекта – это:

- А. + Наглядное изображение в виде графиков и схем всей иерархической структуры работ проекта
- Б. - Структура организации и делегирования полномочий команды, реализующей проект
- В. - График поступления и расходования необходимых для реализации проекта ресурсов

8. Какие факторы необходимо учитывать в процессе принятия решения о реализации инвестиционного проекта?

- А. - Инфляцию и политическую ситуацию в стране
- Б. - Инфляцию, уровень безработицы и альтернативные варианты инвестирования
- В. + Инфляцию, риски, альтернативные варианты инвестирования

ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими сред-
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения
Показатель оценивания: знание особенности языка графики как средства коммуникации

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Как называется временной промежуток между началом реализации и окончанием проекта?

- А. - Стадия проекта
- Б. + Жизненный цикл проекта
- В. - Результат проекта

2. В Microsoft Project есть следующие типы ресурсов:

- А. + Материальные, трудовые, затратные
- Б. - Материальные, трудовые, временные
- В. - Трудовые, финансовые, временные

3. Проект, который имеет лишь одного постоянного сотрудника – управляющего проектом, является ... матричной структурой.

- А. - Единичной
- Б. - Ординарной
- В. + Слабой

4. Как называется скидка, содействующая рекламе проекта?

- А. - Стимулирующая
- Б. - Проектная
- В. + Маркетинговая

5. Два инструмента, содействующих менеджеру проекта в организации команды, способной работать в соответствии с целями и задачи проекта – это структурная схема организации и....

- А. - Укрупненный график
- Б. + Матрица ответственности
- В. - Должностная инструкция

6. Назовите метод контроля фактически выполненных работ по реализации проекта, позволяющий провести учет некоторых промежуточных итогов для незавершенных работ.

- А. - 10 на 90
- Б. + 50 на 50
- В. - 0 к 100

7. Три способа финансирования проектов: самофинансирование, использование заемных и ... средств.

- А. + Привлекаемых
- Б. - Государственных
- В. - Спонсорских

8. Состояния, которые проходит проект в процессе своей реализации – это ... проекта.

- А. - Этапы
- Б. - Стадии
- В. + Фазы

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Как называется временное добровольное объединение участников проекта, основанное на взаимном соглашении и направленное на осуществление прибыльного, но капиталоемкого проекта?

- А. - Консолидация
- Б. + Консорциум
- В. - Интеграция

2. Завершающая фаза жизненного цикла проекта состоит из приемочных испытаний и ...

- А. - Контрольных исправлений
- Б. + Опытной эксплуатации
- В. - Модернизации

3. Как называются денежные потоки, которые поступают от каждого участника реализуемого проекта?

- А. + Притоки
 - Б. - Активы
-

В. - Вклады

4. Как называется организационная структура управления проектами, применяемая в организациях, которые постоянно занимаются реализацией одного или нескольких проектов?

- А. - Материнская
- Б. - Адхократическая
- В. + Всеобщее управление проектами

5. Проект, заказчик которого может решиться увеличить его окончательную стоимость по сравнению с первоначальной, является:

- А. - Простым
- Б. + Краткосрочным
- В. - Долгосрочным

6. Объединение ресурсов в процессе создания виртуального офиса проекта характеризуется ... независимостью.

- А. + Территориальной
- Б. - Финансовой
- В. - Административной

7. Проект, который имеет лишь одного постоянного сотрудника – управляющего проектом, является ... матричной структурой.

- А. - Единичной
- Б. - Ординарной
- В. + Слабой

8. Как называется скидка, содействующая рекламе проекта?

- А. - Стимулирующая
- Б. - Проектная
- В. + Маркетинговая

ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR- проекта.
Показатель оценивания: знание базовых основ правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Организационная структура, при которой возможно перераспределение человеческих ресурсов между проектами без реорганизации существующей струк-

туры

- А. (+) Матричная
- Б. - Функциональная
- В. - Линейно-функциональная
- Г. - Дивизиональная

2. Сторона, вступающая в отношения с заказчиком и берущая на себя ответственность за выполнение работ и услуг по контракту

- А. - инвестор
- Б. - спонсор
- В. (+) контрактор (подрядчик)
- Г. - лицензиар
- Д. - конечный потребитель результатов проекта

3. Участники проекта – это ...

- А. (+) физические лица и организации, которые непосредственно вовлечены в проект или
- Б. (+) чьи интересы могут быть затронуты при осуществлении проекта
- В. - конечные потребители результатов проекта
- Г. - команда, управляющая проектом
- Д. - заказчик, инвестор, менеджер проекта и команда проекта

4. Особенность социальных проектов

- А. (+) Количественная и качественная оценка достижения результатов существенно
- Б. (+) затруднена
- В. - Целью социальных проектов является улучшение экономических показателей системы
- Г. - Сроки проекта четко определены и не требуют корректировки в процессе реализации
- Д. - Основные ограничения связаны с лимитированной возможностью использования технических мощностей

5. Инновационные проекты отличаются ...

- А. (+) высокой степенью неопределенности и рисков
- Б. - целью проекта является получение прибыли на вложенные средства
- В. - необходимостью использовать функциональные организационные структуры
- Г. - большим объемом проектной документации

6. Организационная структура – это ...

- А. (+) совокупность элементов организации (должностей и структурных подразделений и
- Б. (+) связей между ними
- В. - команда проекта под руководством менеджера проекта
- Г. - организационно-правовая документация предприятия, реализующего проект
- Д. - документация, регламентирующая процессы, происходящие в организации

7. Ключевое преимущество управления проектами

- А. (+) экономия времени и ресурсов на реализацию проекта за счет применения
 - Б. (+) эффективных методов, технологий и инструментов управления
 - В. - возможность с помощью инструментов планирования смоделировать детально и формализовать реализацию проекта
 - Г. - возможность осуществить объективную оценку экономической эффективности
-

- инвестиционного проекта
- Д. - формирование эффективной команды по реализации поставленной цели
- 8. Веха – это ...**
- А. - набор логически взаимосвязанных работ проекта, в процессе завершения которых достигается один из основных результатов проекта
- Б. - полный набор последовательных работ проекта
- В. (+) ключевое событие проекта, используемое для осуществления контроля над ходом
- Г. (+) его реализации

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- 1. Проект отличается от процессной деятельности тем, что ...**
- А. - проект является непрерывной деятельностью, а процесс – единоразовым мероприятием
- Б. - проект поддерживает неизменность организации, а процессы способствуют ее изменению
- В. (+) процессы в организации цикличны, они повторяются, а проект – уникален, он всегда
- Г. (+) имеет дату начала и окончания
- Д. - процессы в организации регламентируются документально, проекты не требуют документального оформления
- 2. Окружение проекта – это ...**
- А. (+) среда проекта, порождающая совокупность внутренних или внешних сил, которые
- Б. (+) способствуют или мешают достижению цели проекта
- В. - совокупность проектных работ, продуктов и услуг, производство которых должно быть обеспечено в рамках осуществляемого проекта
- Г. - группа элементов (включающих как людей, так и технические элемент, организованных таким образом, что они в состоянии действовать как единое целое в целях достижения поставленных перед ними целей
- Д. - местоположение реализации проекта и близлежащие районы
- 3. На стадии разработки проекта**
- А. (+) расходуется 9-15% ресурсов проекта
- Б. - расходуется 65-80% ресурсов проекта
- В. - ресурсы проекта не расходуются
- 4. Проект – это ...**
- А. - инженерная, техническая, организационно-правовая документация по реализации запланированного мероприятия
- Б. (+) ограниченное по времени, целенаправленное изменение отдельной системы с
- В. (+) установленными требованиями к качеству результатов, с ограничениями расхода
- Г. (+) средств и со специфической организацией
- Д. - группа элементов (включающих как людей, так и технические элемент, организованных таким образом, что они в состоянии действовать как единое целое в целях

достижения поставленных перед ними целей

- Е. - совокупность работ, продуктов и услуг, производство которых должно быть обеспечено с целью достижения поставленной цели

5. Наибольшее влияние на проект оказывают ...

- А. (+) экономические и правовые факторы
 Б. - экологические факторы и инфраструктура
 В. - культурно-социальные факторы
 Г. - политические и экономические факторы

6. Предметная область проекта

- А. (+) совокупность проектных работ, продуктов и услуг, производство которых должно
 Б. (+) быть обеспечено в рамках осуществляемого проекта
 В. - результаты проекта
 Г. - местоположение проектного офиса
 Д. - группа элементов (включающих как людей, так и технические элемент, организованных таким образом, что они в состоянии действовать как единое целое в целях достижения поставленных перед ними целей

7. Фаза проекта – это ...

- А. (+) набор логически взаимосвязанных работ проекта, в процессе завершения которых
 Б. (+) достигается один из основных результатов проекта
 В. - полный набор последовательных работ проекта
 Г. - ключевое событие проекта, используемое для осуществления контроля над ходом его реализации

8. Проекты, подверженные наибольшему влиянию внешнего окружения

- А. (+) Социальные и инвестиционные
 Б. - Экономические и инновационные
 В. - Организационные и экономические

ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.
Показатель оценивания: знание технологий подготовки к производству рекламного продукта

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Функциональная структура – это ...

- А. (+) совокупность линейно-функциональных подразделений, где каждое подразделение
 Б. (+) выполняет определенные функции, характерные для всех направлений деятель-

ности

- В. (+) предприятия
- Г. - временная структура, создаваемая для решения конкретной комплексной задачи (разработки проекта и его реализации)
- Д. - структура, закрепляющая в организационном построении компании два направления руководства – вертикальное (управление функциональными и линейными структурными подразделениям и горизонтальное (управление проектам

2. Последовательность в иерархической структуре целей и задач (сверху вниз)

- А. (+) 1 Миссия
- Б. (+) 2 Стратегическая цель
- В. (+) 3 Тактические цели
- Г. (+) 4 Оперативные задачи

3. Цель проекта – это ...

- А. (+) желаемый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного осуществления
- Б. (+) проекта в заданных условиях его выполнения
- В. - направления и основные принципы осуществления проекта
- Г. - получение прибыли
- Д. - причина существования проекта

4. Непосредственное инициирование проекта включает в себя ...

- А. (+) Принятие решения о начале проекта
- Б. (+) Определение и назначение управляющего проектом
- В. (+) Принятие решения об обеспечении ресурсами выполнения первой фазы проекта
- Г. - Анализ проблемы и потребности в проекте
- Д. - Сбор исходных данных
- Е. - Организация и контроль выполнения работ
- Ж. - Утверждение окончательного сводного плана управления проектом

5. Инициация проекта – это стадия процесса управления проектом, результатом которой является ...

- А. (+) санкционирование начала проекта
- Б. - утверждение сводного плана
- В. - окончание проектных работ
- Г. - архивирование проектной документации и извлеченные уроки

6. Стратегия проекта – это ...

- А. - желаемый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного осуществления проекта в заданных условиях его выполнения
- Б. (+) направления и основные принципы осуществления проекта
- В. - получение прибыли
- Г. - причина существования проекта

7. Задачи, которые включает формирование концепции проекта

- А. (+) Анализ проблемы и потребности в проекте
- Б. (+) Сбор исходных данных
- В. (+) Определение целей и задач проекта
- Г. (+) Разработка концепции по отдельным функциям управления проекта
- Д. - Организация и контроль выполнения работ
- Е. - Утверждение окончательного бюджета проекта
- Ж. - Подписание контрактов и контроль за их выполнением

8. Предметная область проекта

- А. (+) совокупность проектных работ, продуктов и услуг, производство которых должно
- Б. (+) быть обеспечено в рамках осуществляемого проекта
- В. - результаты проекта
- Г. - местоположение проектного офиса
- Д. - группа элементов (включающих как людей, так и технические элемент, организованных таким образом, что они в состоянии действовать как единое целое в целях достижения поставленных перед ними целей

Вариант 2

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Последовательность процессов определения целей и задач

- А. (+) 1 Формулирование
- Б. (+) 2 Структурирование
- В. (+) 3 Согласование
- Г. (+) 4 Фиксация

2. Критерии, которым должна соответствовать SMART-цель

- А. (+) Цель должна быть измеримой, т.е. должны быть указаны конкретные показатели и
- Б. (+) их значения, по которым определяется степень достижения цели
- В. (+) Цель должна быть согласована всеми заинтересованными сторонами
- Г. (+) Должна быть определена дата достижения цели
- Д. - Цель должна быть сформулирована в одном предложении
- Е. - Цель должна включать в себя перечень ответственных за ее достижение

3. Концепция проекта ...

- А. (+) должна быть согласована ключевыми участниками проекта: заказчиком, инвестором,
- Б. (+) спонсором и др.
- В. (+) обязательно содержит описание целей проекта, его основных параметров
- Г. (+) утверждается в завершении фазы инициации проекта
- Д. - обязательно содержит сводный календарный план проектных работ
- Е. - обязательно должна быть оформлена в виде паспорта проекта
- Ж. - обязательно должна содержать концепции по управлению коммуникациями, поставками и контрактами

4. Факторы, которыми характеризуются проектные риски и на основе которых формируется план управления рисками

- А. (+) Рискковое событие
- Б. (+) Вероятность наступления рисковогo события
- В. (+) Размер потерь в результате наступления рисковогo события
- Г. - Степень агрессивности внешней среды
- Д. - Уровень инфляции
- Е. - Конкурентная среда
- Ж. - Региональное законодательство

5. Основной результат стадии разработки проекта

- А. (+) сводный план осуществления проекта
- Б. - концепция проекта
- В. - достижение цели и получение ожидаемого результата проекта
- Г. - инженерная проектная документация

6. Последовательность действий по планированию стоимости проекта

- А. (+) 1 Определение стоимости использования ресурсов (материальных и трудовы
- Б. (+) 2 Определение стоимости каждой проектной работы, исходя из объема затрачи-
ваемых на выполнение ресурсов и их стоимости
- В. (+) 3 Определение стоимости всего проекта
- Г. (+) 4 Составление, согласование и утверждение сметы проекта
- Д. (+) 5 Формирование, согласование и утверждение бюджета проекта

7. Предметная область проекта – это ...

- А. (+) содержание и объем проектных работ, совокупность продуктов и услуг,
- Б. (+) производство которых должно быть обеспечено в результате завершения
- В. (+) осуществляемого проекта
- Г. - желаемый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного осуществ-
ления проекта в заданных условиях его выполнения
- Д. - направления и основные принципы осуществления проекта
- Е. - территория реализации проекта
- Ж. - причина существования проекта

8. Календарный план – это ...

- А. (+) документ, устанавливающий полный перечень работ проекта, их взаимо-
связь,
- Б. (+) последовательность и сроки выполнения, продолжительности, а также ис-
полнителей и
- В. (+) ресурсы, необходимые для выполнения работ проекта
- Г. - сетевая диаграмма
- Д. - план по созданию календаря
- Е. - документ, устанавливающий основные ресурсные ограничения проекта

ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей
Показатель оценивания: знание основ использования традиционных и современных средств рекламы

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных отве-

ТОВ:

1. Диаграмма Ганта – это ...

- А. (+) горизонтальная линейная диаграмма, на которой работы проекта представляются
- Б. (+) протяженными во времени отрезками, характеризующимися временными и другими
- В. (+) параметрами
- Г. - документ, устанавливающий основные ресурсные ограничения проекта
- Д. - графическое изображение иерархической структуры всех работ проекта
- Е. - дерево ресурсов проекта
- Ж. - организационная структура команды проекта

2. Планирование проекта – это ...

- А. (+) непрерывный процесс определения наилучшего способа действий для достижения
- Б. (+) поставленных целей проекта с учетом складывающейся обстановки
- В. - разовое мероприятие по созданию сводного плана проекта
- Г. - это стадия процесса управления проектом, результатом которой является санкционирование начала проекта

3. Структурная декомпозиция работ (СДР) проекта – это ...

- А. (+) графическое изображение иерархической структуры всех работ проекта
- Б. - направления и основные принципы осуществления проекта
- В. - дерево ресурсов проекта
- Г. - организационная структура команды проекта

4. Метод критического пути используется для ...

- А. (+) оптимизации (сокращение сроков реализации проекта)
- Б. - планирования рисков проекта
- В. - планирования мероприятий по выходу из критических ситуаций
- Г. - определения продолжительности выполнения отдельных работ

5. При составлении СДР декомпозиция работ прекращается тогда, когда выполнены следующие условия:

- А. (+) понятен конечный результат каждой работы и способы его достижения
- Б. (+) могут быть определены временные характеристики и ответственность за выполнение
- В. (+) каждой работы
- Г. - команда проекта устала составлять СДР
- Д. - СДР имеет более 5 уровней декомпозиции
- Е. - Определена четкая последовательность работ

6. Завершающая стадия планирования предметной области проекта

- А. - анализ текущего состояния и уточнением целей и результатов проекта
- Б. - уточнение основных характеристик проекта
- В. - анализ и корректировка ограничений и допущений, принятых на стадии инициации проекта
- Г. - выбор критериев оценки промежуточных и окончательных результатов создания проекта
- Д. (+) построение структурной декомпозиции предметной области проекта

7. Последовательность действий по планированию материальных ресурсов проек-

та

- А. (+) 1 Определение материальных ресурсов, необходимых для выполнения каждой работы
- Б. (+) 2 Составление единого перечня материальных ресурсов для реализации проекта и анализ альтернативных вариантов
- В. (+) 3 Определение наличия необходимого объема материальных ресурсов
- Г. (+) 4 Анализ и разрешение возникших противоречий в потребности и наличии материальных ресурсов

8.Составляющие стадии реализации проекта

- А. (+) Организация и контроль выполнения проекта
- Б. (+) Анализ и регулирование выполнения проекта
- В. - Ввод в эксплуатацию и принятие проекта заказчиком
- Г. - Документирование и анализ опыта выполнения данного проекта
- Д. - Формирование концепции проекта

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1.Анализ состояния и обеспечение качества в проекте включает ...

- А. - контроль качества в проекте
- Б. - формирование отчетов для оценки выполнения качества
- В. (+) процесс проверки соответствия имеющихся результатов контроля качества
- Г. (+) существующим требованиям
- Д. (+) формирование списка отклонений
- Е. (+) определение необходимых корректирующих действий по обеспечению качества в
- Ж. (+) проекте

2.Организация и осуществление контроля качества в проекте включает ...

- А. (+) контроль качества в проекте
- Б. (+) формирование отчетов для оценки выполнения качества
- В. - процесс проверки соответствия имеющихся результатов контроля качества существующим требованиям
- Г. - формирование списка отклонений
- Д. - определение необходимых корректирующих действий по обеспечению качества в проекте

3.Контроль и регулирование контрактов включает ...

- А. - закрытие контрактов
- Б. - проведение торгов и выбор поставщиком и подрядчиков
- В. - заключение контрактов
- Г. (+) учет выполнения работ по контракту
- Д. (+) представление отчетности о выполнении контрактов
- Е. (+) разрешение споров и разногласий

4.Завершение проекта – это стадия процесса управления проектом, включающая процессы ...

- А. - формирования концепции проекта

- Б. - формирования сводного плана проекта
- В. - осуществления всех запланированных проектных работ
- Г. (+) ввода в эксплуатацию и принятия проекта заказчиком, документирования и анализа
- Д. (+) опыта реализации проекта

5. Анализ деятельности и развитие команды проекта включает ...

- А. (+) формирование отчетов об исполнении работ проекта
- Б. (+) регулирование оплаты, льгот и поощрений
- В. (+) реорганизацию команды в соответствии с прогрессом проекта
- Г. - разработку концепции управления персоналом
- Д. - создание финального отчета
- Е. - расформирование команды

6. Метод освоенного объема позволяет ...

- А. (+) определить отставание/опережение хода реализации работ по графику и
- Б. (+) перерасход/экономии бюджета проекта
- В. - оптимизировать сроки выполнения проекта
- Г. - определить продолжительность отдельных работ проекта
- Д. - освоить максимальный объем бюджетных средств

7. Реализация проекта – это стадия процесса управления проектом, результатом которой является ...

- А. - санкционирование начала проекта
- Б. - утверждение сводного плана
- В. (+) осуществление проектных работ и достижение проектных целей
- Г. - архивирование проектной документации и извлеченные уроки

8. Организация и подготовка контрактов в проекте включает ...

- А. (+) распределение функциональных обязанностей и ответственности в соответствии с
- Б. (+) планом управления контрактами
- В. (+) проведение торгов и выбор поставщиком и подрядчиков
- Г. (+) заключение контрактов
- Д. - закрытие контрактов
- Е. - представление отчетности о выполнении контрактов
- Ж. - разрешение споров и разногласий

Вопросы к зачету

1. Зарождение дисциплины «Управление проектами» в России и за рубежом.
2. Основные этапы и особенности развития управления проектами в России.
3. Управление проектами в XXI веке (современные подходы, стандарты, концепции).
4. Основные признаки проекта.
5. Проект, программа и портфель проектов: основные особенности, сходства и отличия.
6. Проекты – средства стратегического развития организации.
7. Жизненный цикл проекта: условность разбиения на фазы, основные характеристики жизненного цикла проекта.
8. Окружение проекта (внутреннее, внешнее, ближнее, дальнее, связи между проектом и его окружением).
9. Участники проекта: основные группы участников, проблемы идентификации, типы воздействия на проект.

10. Организационные структуры проекта: основные особенности, сравнительная характеристика, проблемы управления проектами в рамках основных орг-структур.
11. Проектная деятельность и текущая оперативная работа: сравнительная характеристика работы функционального подразделения и проектной деятельности, скорость расходования средств в проектах и функциональных подразделениях.
12. Процессы проекта: краткая характеристика, отличие от классического цикла управления.
13. Активы организационного процесса и факторы внешней среды: классификация, их значимость при управлении проектами.
14. Характеристика процессов инициации.
15. Характеристика процессов планирования.
16. Характеристика процессов исполнения.
17. Характеристика процессов мониторинга и управления.
18. Характеристика завершающих процессов. Модуль 3. Области знаний проекта
19. Управление интеграцией проекта – различные контексты понятия «интеграция».
20. Устав проекта: необходимость разработки документа, этапы разработки, основные аспекты данного документа
21. Основные аспекты планирования проекта (дробление на этапы, оценка трудозатрат, модели жизненного цикла проекта и т.п.).
22. Общее управление изменениями – характеристика процесса, причины и виды изменений, этапы процесса.
23. Общая характеристика области знаний «Управление содержанием».
24. Иерархическая структура работ – характеристика процесса, матрица ответственности, этапы разработки ИСР.
25. Взаимосвязи операций проекта: способы описания, типы зависимостей операций в сетевом графике, опережения и задержки.
26. Оценка ресурсов и длительности операций, разработка расписания проекта: основные методы и результаты.
27. Управление стоимостью проекта: общая характеристика группы процессов, методы определения стоимости операций и проекта в целом.
28. Оценка ресурсов и длительности операций, разработка расписания проекта: основные методы и результаты.
29. Метод освоенного объема: характеристика метода, основные показатели, взаимосвязь показателей, используемых при применении метода освоенного объема.
30. Разработка бюджета проекта: общая характеристика процесса, порядок формирования бюджета, резервы, базовый план по стоимости, требования к финансированию

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходит в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.
Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Теоретические вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.
Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Ситуационные задачи

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

Условия выполнения задания. Практико-ориентированные задания

Место выполнения задания – учебная аудитория, внеаудиторная самостоятельная работа
Время выполнения задания – 30 минут.

Условия – самостоятельная подготовка по теоретическому материалу, при подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, обсуждение в группе.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Оценочные материалы по дисциплине
«Адаптация инвалидов и лиц с ОВЗ
в образовательной среде»



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показатели, критерии и шкала оценивания

УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия
УК-3.2: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
УК-3.3: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем
УК-6.1: Понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда
Знать: принципы самовоспитания и самообразования
Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования
Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда
УК-6.2: Демонстрирует умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории
Знать: критерии самоконтроля и рефлексии
Уметь: разрабатывать индивидуальную образовательную траекторию
Владеть: навыками корректировки обучения по выбранной траектории
УК-6.3: Применяет способы управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей
Знать: основы и принципы управления своей познавательной деятельностью
Уметь: управлять своей познавательной деятельностью
Владеть: навыками удовлетворения образовательных интересов и потребностей
УК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни
УК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья
Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни

УК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Комплекс заданий для оценки сформированности компетенций

УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
Знать: основы командообразования
Уметь: выявлять факторы формирования команд
Владеть: навыками социального взаимодействия

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Верны ли суждения:

А. Инвалиды I и II группы должны обслуживаться вне очереди на предприятиях торговли, общественного питания, службы быта, связи, и жилищно-коммунального хозяйства, в учреждениях здравоохранения, образования, культуры, в юридических службах и других организациях, обслуживающих население.

Б. Инвалиды пользуются правом внеочередного приема руководителями и другими долж-

ностными лицами предприятий, учреждений и организаций.

В. верны оба суждения;

Г. оба суждения неверны.

2. Социально-консультативное обслуживание (помощь) инвалидов направлено на:

А. обеспечение одеждой, обувью и другими предметами первой необходимости;

Б. оказание разносторонней социально-бытовой помощи, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию и нуждающимся по состоянию здоровья в постоянном уходе и наблюдении;

В. адаптацию в обществе, ослабление социальной напряженности, создание благоприятных отношений в семье, а также на обеспечение взаимодействия личности, семьи, общества и государства.

3. При проведении МСЭ анализируются данные о социально-бытовых навыках инвалида?

А. да;

Б. нет.

4. Какие педагогические технологии можно применять при реализации адаптированной образовательной программы в вузе?

5. Существуют ли какие-либо рекомендации по разработке адаптированных образовательных программ в высшем образовании?

6. Чем принципиально отличается адаптированная образовательная программа для лиц с ограниченными возможностями здоровья и(или) инвалидностью?

7. Обязательно ли разрабатывать адаптированную образовательную программу высшего образования?

8. Как происходит перевод обучающегося на АОП ВО?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Имеют ли право дети-инвалиды на получение общего образования на дому:

А. да;

Б. нет.

2. Для инвалидов I и II групп устанавливается сокращенная продолжительность рабочего времени не более 35 часов в неделю

А. с сохранением полной оплаты труда;

Б. без сохранения полной оплаты труда.

3. Работодатели обязаны создавать инвалидам условия труда в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида:

А. верно;

Б. неверно.

4. Должен ли обучающегося с инвалидностью писать заявление об отказе на обучение по АОП ВО?

5. При включении в учебный план адаптационных дисциплин (модулей) как правильно осуществить их соотнесение с формируемыми компетенциями, определенными ФГОС ВО?

6. Если студент с инвалидностью по общему заболеванию отказался от обучения по

адаптированной программе, но в ходе реализации учебного процесса выяснилось, что он нуждается в особых условиях при освоении ряда дисциплин (по физической культуре и спорту), следует ли разрабатывать для него АОП?

7. Если при зачислении в вуз абитуриент отказался от специальных условий обучения, то может ли он в процессе обучения изменить свое решение и продолжить обучение по АОП?
8. Должна ли образовательная организация высшего образования заранее разрабатывать АОП, включающую в себя общую информацию по условиям обучения инвалидов и лиц с ОВЗ?

УК-3.2: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении
Знать: этические принципы социального взаимодействия
Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других;
Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» был принят в:
 - А. 1991 г.;
 - Б. 1995 г.;
 - В. 1999 г.;
 - Г. 2010 г.
2. Закончите фразу: «При установлении гражданину группы инвалидности одновременно определяется ... ограничения его способности к трудовой деятельности»
 - А. категория;
 - Б. возможность;
 - В. степень.
3. Ограничение жизнедеятельности выражается в полной или частичной утрате лицом способности или возможности осуществлять:
 - А. самообслуживание, самостоятельно передвигаться, ориентироваться, общаться, контролировать свое поведение, обучаться и заниматься трудовой деятельностью;
 - Б. самообслуживание и самообеспечение;
 - В. самообеспечение и самозанятость.
4. Закончите фразу: «В случае признания лица инвалидом, ему выдаются справка, подтверждающая факт установления инвалидности, а также ... »
 - А. акт освидетельствования медико-социальной экспертизы;
 - Б. индивидуальная программа реабилитации;
 - В. федеральная программа реабилитации.
5. В каких нормативных документах гарантируется право на получение высшего образования лицами с инвалидностью и ОВЗ?
6. В каких нормативных документах закреплён порядок проведения вступительных испытаний для лиц с инвалидностью и ОВЗ в образовательные организации высшего образования?

7. Какими нормативными документами регламентируется организация обучения студентов с инвалидностью и ОВЗ?
8. В каких нормативных документах раскрываются вопросы создания специальных условий обучения для лиц с инвалидностью и ОВЗ?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какую из нижеперечисленных причин инвалидности можно вычеркнуть из смыслового ряда:
А. общее заболевание;
Б. трудовое увечье (травма) или профессиональное заболевание;
В. нервно-эмоциональное и физическое перенапряжение;
Г. военная травма или заболевание, полученное в период несения военной службы; Д) техногенные и природные катастрофы.
 2. Определение в установленном порядке потребностей освидетельствуемого лица в мерах социальной защиты, включая реабилитацию, на основе оценки ограничений жизнедеятельности, вызванных стойким расстройством функций организма – это:
А. социальная защита инвалидов;
Б. социальное обслуживание инвалидов;
В. медико-социальная экспертиза;
Г. социально-медицинская реабилитация.
 3. Что не входит в функции Бюро медико-социальной экспертизы:
А. определение группы инвалидности, ее причин, сроков, времени наступления, потребности инвалида в различных видах социальной защиты;
Б. участие в разработке комплексных программ профилактики инвалидности, медико-социальной реабилитации и социальной защиты инвалидов;
В. контроль за исполнением индивидуальной программы реабилитации.
 4. Верны ли суждения:
А. Инвалиды I и II группы должны обслуживаться вне очереди на предприятиях торговли, общественного питания, службы быта, связи, и жилищно-коммунального хозяйства, в учреждениях здравоохранения, образования, культуры, в юридических службах и других организациях, обслуживающих население.
Б. Инвалиды пользуются правом внеочередного приема руководителями и другими должностными лицами предприятий, учреждений и организаций.
В. верны оба суждения;
Г. оба суждения неверны.
 5. В чем, согласно нормативным документам, заключается отличие категорий «инвалид» и «обучающийся с ОВЗ»?
 6. Какие нормативные документы определяют необходимость предоставления мер социальной поддержки обучающимся с инвалидностью и с ОВЗ?
 7. Какими нормативными документами регламентируется проведение ГИА обучающихся с инвалидностью и ОВЗ?
 8. Какой нормативный документ содержит рекомендации по адаптации официального сайта образовательной организации высшего образования для лиц с нарушением зре-
-

ния?

УК-3.3: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем
Знать: условия командного взаимодействия
Уметь: применять методы оценки своих действий
Владеть: навыками планирования и управления временем

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- Социально-консультативное обслуживание (помощь) инвалидов направлено на:
 - обеспечение одеждой, обувью и другими предметами первой необходимости;
 - оказание разносторонней социально-бытовой помощи, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию и нуждающимся по состоянию здоровья в постоянном уходе и наблюдении;
 - адаптацию в обществе, ослабление социальной напряженности, создание благоприятных отношений в семье, а также на обеспечение взаимодействия личности, семьи, общества и государства.
- При проведении МСЭ анализируются данные о социально-бытовых навыках инвалида?
 - да;
 - нет.
- Основаниями для установления инвалидности 1 группы (3 степень ограничения трудоспособности) являются:
 - ограниченная способность к самообслуживанию, самостоятельному передвижению, ориентации, общению с регулярной или частичной помощью других лиц либо вспомогательных технических средств; постоянное снижение критики к своему поведению и окружающей обстановке с возможностью частичной коррекции только при регулярной помощи других лиц; неспособность к обучению либо способность к обучению только в специальных (коррекционных) образовательных учреждениях или на дому по специальным программам и с использованием вспомогательных технических средств; неспособность к трудовой деятельности либо ее противопоказанность, либо способность к выполнению трудовой деятельности в специально созданных условиях труда, с использованием вспомогательных технических средств;
 - неспособность к самообслуживанию, к самостоятельному передвижению, общению, контролю и коррекции своего поведения, труду в обычных условиях, дезориентация и нуждаемость в постоянной помощи или надзоре других лиц;
 - способность к самообслуживанию, самостоятельному передвижению при более длительной затрате времени, дробности выполнения, сокращении объема или расстояния; способность к ориентации в привычной ситуации; способность к общению со снижением темпа и объема получения и передачи информации; периодически возникающее ограничение способности контролировать свое поведение в сложных жизненных ситуациях и (или) постоянное затруднение выполнения ролевых функций, затрагивающих отдельные сферы жизни, с возможностью частичной самокоррекции; способность к обучению и получению образования определенного уровня в рамках государственных образовательных стандартов в образовательных учреждениях общего назначения с использованием специальных методов обучения, специального режима обучения с применением при необходимости вспомогательных технических средств.

4. Является ли профессиональное заболевание законодательно установленной причиной инвалидности:
 - А. да;
 - Б. нет;
 - В. только некоторые из профессиональных заболеваний.
5. В каких нормативных документах освещены вопросы мониторинга доступности высшего образования для лиц с ОВЗ и инвалидностью?
6. Какие нормативные документы разрабатывает вуз для обеспечения образовательного процесса обучающихся с ОВЗ и инвалидностью?
7. Каковы специальные условия должны быть созданы в вузе для обеспечения образования лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата?
8. Возможно ли увеличение срока освоения образовательной программы высшего образования для обучающихся с ОВЗ и инвалидностью?
9. Каковы требования предъявляются к наличию специальных мест в аудиториях вуза для инвалидов и лиц с ОВЗ?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Структура потребностей, круг интересов, уровень притязаний инвалидов:
 - А. учитываются при составлении индивидуальной программы реабилитации;
 - Б. не учитываются при составлении индивидуальной программы реабилитации.
2. Оказание консультативной и патронажной помощи семье инвалида:
 - А. не входит в индивидуальную программу реабилитации;
 - Б. может входить в индивидуальную программу реабилитации.
3. Обучение навыкам самообслуживания входит в индивидуальную программу реабилитации:
 - А. да;
 - Б. нет.
4. Могут ли учреждения культуры, спорта и туризма быть исполнителями в индивидуальной программе реабилитации:
 - А. да;
 - Б. нет.
5. Какие технические средства можно использовать в образовательной организации для обучения лиц с ОВЗ и инвалидностью, имеющих нарушения зрения?
6. Какие технические средства можно использовать в образовательной организации для обучения лиц с ОВЗ и инвалидностью, имеющих нарушения слуха?
7. Какие технические средства можно использовать в образовательной организации для обучения лиц с ОВЗ и инвалидностью, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата?
8. Каковы особенности подготовки образовательных материалов для дистанционного обучения студентов с инвалидностью и ОВЗ?

УК-6.1: Понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда

Знать: принципы самовоспитания и самообразования
Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования
Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- Индивидуальная программа реабилитации имеет для инвалида:
 - обязательный характер исполнения;
 - рекомендательный характер.
- Реабилитация должна приспосабливаться к постоянно меняющейся структуре болезней, а также учитывать технический прогресс и изменения социальных структур – это:
 - принцип непрерывности и основательности;
 - принцип комплексности;
 - принцип гибкости.
- Приоритетным принципом системы помощи инвалидам в современном обществе является:
 - принцип изоляции и компенсации;
 - принцип интеграции в общество.
- Можно ли создать в образовательной организации структурное подразделение по практической подготовке обучающихся с инвалидностью?
- Можно ли в Договор о практической подготовке вносить изменения, связанные с условиями прохождения практической подготовки обучающихся с инвалидностью?
- В какой пункт Договора о практической подготовке обучающихся между образовательной и организациями, на базе которых организуется прохождение практик, можно включить пункты по созданию специальных условий для обучающегося с инвалидностью?
- Если практическая подготовка обучающегося проводится в структурном подразделении образовательной организации: 1) договор не заключается? 2) сколько руководителей должно быть? (например, руководитель практики от кафедры и руководитель практической подготовки от структурного подразделения)
- Если обучающийся с инвалидностью работает в профильной организации, где предполагается практика, нужен ли в этом случае договор?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

- Суверенитет потребителя как принцип независимой жизни инвалидов представляет собой:
 - инвалиды должны быть допущены к прямому участию в решении социальных проблем, связанных с инвалидностью;
 - люди, имеющие инвалидность, должны в первую очередь опираться на свои способности и умения, для того чтобы добиться прав и привилегий, на которые они претендуют;
 - люди, имеющие инвалидность, должны получить право участвовать в политической и экономической жизни общества.

2. Обеспечение выпуска литературы для инвалидов по зрению является примером реализации права на:
 - А. на обеспечение беспрепятственного доступа инвалидов к информации и объектам социальной инфраструктуры
 - Б. на обеспечение инвалидов жилой площадью
 - В. на организацию воспитания, образования и занятости инвалидов
3. Должно ли государство гарантировать инвалидам беспрепятственный доступ к объектам социальной инфраструктуры:
 - А. да;
 - Б. нет.
4. Что такое «инклюзивное добровольчество»? Чем отличается от других видов добровольчества?
5. На какие принципы следует опираться при разработке и проведении внеучебного инклюзивного мероприятия и волонтерской деятельности?
6. Какими документами регламентируется инклюзивная добровольческая (волонтерская) деятельность?
7. Какие направления внеучебной и волонтерской деятельности может осуществлять университет в целях развития образовательной инклюзии и инклюзивной культуры?
8. Какими правами и обязанностями обладает студент с ОВЗ во внеучебной и волонтерской деятельности?

УК-6.2: Демонстрирует умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории
Знать: критерии самоконтроля и рефлексии
Уметь: разрабатывать индивидуальную образовательную траекторию
Владеть: навыками корректировки обучения по выбранной траектории

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Индивидуальная программа реабилитации имеет для инвалида:
 - А. обязательный характер исполнения;
 - Б. рекомендательный характер.
2. Реабилитация должна приспосабливаться к постоянно меняющейся структуре болезней, а также учитывать технический прогресс и изменения социальных структур – это:
 - А. принцип непрерывности и основательности;
 - Б. принцип комплексности;
 - В. принцип гибкости.
3. Приоритетным принципом системы помощи инвалидам в современном обществе является:
 - А. принцип изоляции и компенсации;
 - Б. принцип интеграции в общество.
4. Можно ли создать в образовательной организации структурное подразделение по практической подготовке обучающихся с инвалидностью?
5. Можно ли в Договор о практической подготовке вносить изменения, связанные с условиями прохождения практической подготовки обучающихся с инвалидностью?

6. В какой пункт Договора о практической подготовке обучающихся между образовательной и организациями, на базе которых организуется прохождение практик, можно включить пункты по созданию специальных условий для обучающегося с инвалидностью?
7. Если практическая подготовка обучающегося проводится в структурном подразделении образовательной организации: 1) договор не заключается? 2) сколько руководителей должно быть? (например, руководитель практики от кафедры и руководитель практической подготовки от структурного подразделения)
8. Если обучающийся с инвалидностью работает в профильной организации, где предполагается практика, нужен ли в этом случае договор?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Суверенитет потребителя как принцип независимой жизни инвалидов представляет собой:
 - А. инвалиды должны быть допущены к прямому участию в решении социальных проблем, связанных с инвалидностью;
 - Б. люди, имеющие инвалидность, должны в первую очередь опираться на свои способности и умения, для того чтобы добиться прав и привилегий, на которые они претендуют;
 - В. люди, имеющие инвалидность, должны получить право участвовать в политической и экономической жизни общества.
2. Обеспечение выпуска литературы для инвалидов по зрению является примером реализации права на:
 - А. на обеспечение беспрепятственного доступа инвалидов к информации и объектам социальной инфраструктуры
 - Б. на обеспечение инвалидов жилой площадью
 - В. на организацию воспитания, образования и занятости инвалидов
3. Должно ли государство гарантировать инвалидам беспрепятственный доступ к объектам социальной инфраструктуры:
 - А. да;
 - Б. нет.
4. Что такое «инклюзивное добровольчество»? Чем отличается от других видов добровольчества?
5. На какие принципы следует опираться при разработке и проведении внеучебного инклюзивного мероприятия и волонтерской деятельности?
6. Какими документами регламентируется инклюзивная добровольческая (волонтерская) деятельность?
7. Какие направления внеучебной и волонтерской деятельности может осуществлять университет в целях развития образовательной инклюзии и инклюзивной культуры?
8. Какими правами и обязанностями обладает студент с ОВЗ во внеучебной и волонтерской деятельности?

УК-6.3: Применяет способы управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей
--

Знать: основы и принципы управления своей познавательной деятельностью
--

Уметь: управлять своей познавательной деятельностью

Владеть: навыками удовлетворения образовательных интересов и потребностей

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Социально-консультативное обслуживание (помощь) инвалидов направлено на:
А. обеспечение одеждой, обувью и другими предметами первой необходимости;
Б. оказание разносторонней социально-бытовой помощи, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию и нуждающимся по состоянию здоровья в постоянном уходе и наблюдении;
В. адаптацию в обществе, ослабление социальной напряженности, создание благоприятных отношений в семье, а также на обеспечение взаимодействия личности, семьи, общества и государства.
 2. При проведении МСЭ анализируются данные о социально-бытовых навыках инвалида?
А. да;
Б. нет.
 3. Основаниями для установления инвалидности 1 группы (3 степень ограничения трудоспособности) являются:
А. ограниченная способность к самообслуживанию, самостоятельному передвижению, ориентации, общению с регулярной или частичной помощью других лиц либо вспомогательных технических средств; постоянное снижение критики к своему поведению и окружающей обстановке с возможностью частичной коррекции только при регулярной помощи других лиц; неспособность к обучению либо способность к обучению только в специальных (коррекционных) образовательных учреждениях или на дому по специальным программам и с использованием вспомогательных технических средств; неспособность к трудовой деятельности либо ее противопоказанность, либо способность к выполнению трудовой деятельности в специально созданных условиях труда, с использованием вспомогательных технических средств;
Б. неспособность к самообслуживанию, к самостоятельному передвижению, общению, контролю и коррекции своего поведения, труду в обычных условиях, дезориентация и нуждаемость в постоянной помощи или надзоре других лиц;
В. способность к самообслуживанию, самостоятельному передвижению при более длительной затрате времени, дробности выполнения, сокращении объема или расстояния; способность к ориентации в привычной ситуации; способность к общению со снижением темпа и объема получения и передачи информации; периодически возникающее ограничение способности контролировать свое поведение в сложных жизненных ситуациях и (или) постоянное затруднение выполнения ролевых функций, затрагивающих отдельные сферы жизни, с возможностью частичной самокоррекции; способность к обучению и получению образования определенного уровня в рамках государственных образовательных стандартов в образовательных учреждениях общего назначения с использованием специальных методов обучения, специального режима обучения с применением при необходимости вспомогательных технических средств.
 4. Является ли профессиональное заболевание законодательно установленной причиной инвалидности:
А. да;
Б. нет;
В. только некоторые из профессиональных заболеваний.
 5. В каких нормативных документах освещены вопросы мониторинга доступности высшего образования для лиц с ОВЗ и инвалидностью?
-

6. Какие нормативные документы разрабатывает вуз для обеспечения образовательного процесса обучающихся с ОВЗ и инвалидностью?
7. Каковы специальные условия должны быть созданы в вузе для обеспечения образования лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата?
8. Возможно ли увеличение срока освоения образовательной программы высшего образования для обучающихся с ОВЗ и инвалидностью?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Структура потребностей, круг интересов, уровень притязаний инвалидов:
 - А. учитываются при составлении индивидуальной программы реабилитации;
 - Б. не учитываются при составлении индивидуальной программы реабилитации.
2. Оказание консультативной и патронажной помощи семье инвалида:
 - А. не входит в индивидуальную программу реабилитации;
 - Б. может входить в индивидуальную программу реабилитации.
3. Обучение навыкам самообслуживания входит в индивидуальную программу реабилитации:
 - А. да;
 - Б. нет.
4. Могут ли учреждения культуры, спорта и туризма быть исполнителями в индивидуальной программе реабилитации:
 - А. да;
 - Б. нет.
9. Какие технические средства можно использовать в образовательной организации для обучения лиц с ОВЗ и инвалидностью, имеющих нарушения зрения?
10. Какие технические средства можно использовать в образовательной организации для обучения лиц с ОВЗ и инвалидностью, имеющих нарушения слуха?
11. Какие технические средства можно использовать в образовательной организации для обучения лиц с ОВЗ и инвалидностью, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата?
12. Каковы особенности подготовки образовательных материалов для дистанционного обучения студентов с инвалидностью и ОВЗ?

УК-7.1: Понимает научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни
Знать: научно-практические основы физической культуры
Уметь: формировать научно обоснованное отношение к здоровому образу жизни
Владеть: практическими навыками ведения здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» был принят в:
 А. 1991 г.;
 Б. 1995 г.;
 В. 1999 г.;
 Г. 2010 г.
2. Закончите фразу: «При установлении гражданину группы инвалидности одновременно определяется ... ограничения его способности к трудовой деятельности»
 А. категория;
 Б. возможность;
 В. степень.
3. Ограничение жизнедеятельности выражается в полной или частичной утрате лицом способности или возможности осуществлять:
 А. самообслуживание, самостоятельно передвигаться, ориентироваться, общаться, контролировать свое поведение, обучаться и заниматься трудовой деятельностью;
 Б. самообслуживание и самообеспечение;
 В. самообеспечение и самозанятость.
4. Закончите фразу: «В случае признания лица инвалидом, ему выдаются справка, подтверждающая факт установления инвалидности, а также ... »
 А. акт освидетельствования медико-социальной экспертизы;
 Б. индивидуальная программа реабилитации;
 В. федеральная программа реабилитации.
5. В каких нормативных документах гарантируется право на получение высшего образования лицами с инвалидностью и ОВЗ?
6. В каких нормативных документах закреплён порядок проведения вступительных испытаний для лиц с инвалидностью и ОВЗ в образовательные организации высшего образования?
7. Какими нормативными документами регламентируется организация обучения студентов с инвалидностью и ОВЗ?
8. В каких нормативных документах раскрываются вопросы создания специальных условий обучения для лиц с инвалидностью и ОВЗ?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Какую из нижеперечисленных причин инвалидности можно вычеркнуть из смыслового ряда:
 А. общее заболевание;
 Б. трудовое увечье (травма) или профессиональное заболевание;
 В. нервно-эмоциональное и физическое перенапряжение;
 Г. военная травма или заболевание, полученное в период несения военной службы; Д) техногенные и природные катастрофы.

2. Определение в установленном порядке потребностей освидетельствуемого лица в мерах социальной защиты, включая реабилитацию, на основе оценки ограничений жизнедеятельности, вызванных стойким расстройством функций организма – это:

- А. социальная защита инвалидов;
- Б. социальное обслуживание инвалидов;
- В. медико-социальная экспертиза;
- Г. социально-медицинская реабилитация.

3. Что не входит в функции Бюро медико-социальной экспертизы:

- А. определение группы инвалидности, ее причин, сроков, времени наступления, потребности инвалида в различных видах социальной защиты;
- Б. участие в разработке комплексных программ профилактики инвалидности, медико– социальной реабилитации и социальной защиты инвалидов;
- В. контроль за исполнением индивидуальной программы реабилитации.

- 4. В чем, согласно нормативным документам, заключается отличие категорий «инвалид» и «обучающийся с ОВЗ»?
- 5. Какие нормативные документы определяют необходимость предоставления мер социальной поддержки обучающимся с инвалидностью и с ОВЗ?
- 6. Какими нормативными документами регламентируется проведение ГИА обучающихся с инвалидностью и ОВЗ?
- 7. Какой нормативный документ содержит рекомендации по адаптации официального сайта образовательной организации высшего образования для лиц с нарушением зрения?

УК-7.2: Применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; творчески использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни
Знать: основные методики физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья
Уметь: осуществлять психофизическую подготовку и самоподготовку к будущей жизни и профессиональной деятельности
Владеть: методами физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Верны ли суждения:

А. Инвалиды I и II группы должны обслуживаться вне очереди на предприятиях торговли, общественного питания, службы быта, связи, и жилищно-коммунального хозяйства, в учреждениях здравоохранения, образования, культуры, в юридических службах и других организациях, обслуживающих население.

Б. Инвалиды пользуются правом внеочередного приема руководителями и другими должностными лицами предприятий, учреждений и организаций.

В. верны оба суждения;

Г. оба суждения неверны.

2. Социально-консультативное обслуживание (помощь) инвалидов направлено на:

А. обеспечение одеждой, обувью и другими предметами первой необходимости;

Б. оказание разносторонней социально-бытовой помощи, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию и нуждающимся по состоянию здоровья в постоянном уходе и наблюдении;

В. адаптацию в обществе, ослабление социальной напряженности, создание благоприятных отношений в семье, а также на обеспечение взаимодействия личности, семьи, общества и государства.

3. При проведении МСЭ анализируются данные о социально-бытовых навыках инвалида?

А. да;

Б. нет.

4. Какие педагогические технологии можно применять при реализации адаптированной образовательной программы в вузе?

5. Существуют ли какие-либо рекомендации по разработке адаптированных образовательных программ в высшем образовании?

6. Чем принципиально отличается адаптированная образовательная программа для лиц с ограниченными возможностями здоровья и(или) инвалидностью?

7. Обязательно ли разрабатывать адаптированную образовательную программу высшего образования?

8. Как происходит перевод обучающегося на АОП ВО?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Имеют ли право дети-инвалиды на получение общего образования на дому:

А. да;

Б. нет.

2. Для инвалидов I и II групп устанавливается сокращенная продолжительность рабочего времени не более 35 часов в неделю

А. с сохранением полной оплаты труда;

Б. без сохранения полной оплаты труда.

3. Работодатели обязаны создавать инвалидам условия труда в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида:

- А. верно;
Б. неверно.

4. Должен ли обучающегося с инвалидностью писать заявление об отказе на обучение по АОП ВО?
5. При включении в учебный план адаптационных дисциплин (модулей) как правильно осуществить их соотнесение с формируемыми компетенциями, определенными ФГОС ВО?
6. Если студент с инвалидностью по общему заболеванию отказался от обучения по адаптированной программе, но в ходе реализации учебного процесса выяснилось, что он нуждается в особых условиях при освоении ряда дисциплин (по физической культуре и спорту), следует ли разрабатывать для него АОП?
7. Если при зачислении в вуз абитуриент отказался от специальных условий обучения, то может ли он в процессе обучения изменить свое решение и продолжить обучение по АОП?
8. Должна ли образовательная организация высшего образования заранее разрабатывать АОП, включающую в себя общую информацию по условиям обучения инвалидов и лиц с ОВЗ?

УК-7.3: Использует средства и методы укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Знать: основы физического самосовершенствования
Уметь: укреплять индивидуальное здоровье
Владеть: навыками физического самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Вариант 1

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Можно ли создать в образовательной организации структурное подразделение по практической подготовке обучающихся с инвалидностью?
2. Можно ли в Договор о практической подготовке вносить изменения, связанные с условиями прохождения практической подготовки обучающихся с инвалидностью?
3. В какой пункт Договора о практической подготовке обучающихся между образовательной и организациями, на базе которых организуется прохождение практик, можно включить пункты по созданию специальных условий для обучающегося с инвалидностью?
4. Если практическая подготовка обучающегося проводится в структурном подразделении образовательной организации: 1) договор не заключается? 2) сколько руководителей должно быть? (например, руководитель практики от кафедры и руководитель практической подготовки от структурного подразделения)
5. Если обучающийся с инвалидностью работает в профильной организации, где предполагается практика, нужен ли в этом случае договор?

Вариант 2.

Ответьте на тестовые задания. Выберите один или несколько правильных ответов:

1. Что такое «инклюзивное добровольчество»? Чем отличается от других видов добровольчества?
2. На какие принципы следует опираться при разработке и проведении внеучебного инклюзивного мероприятия и волонтерской деятельности?
3. Какими документами регламентируется инклюзивная добровольческая (волонтерская) деятельность?

4. Какие направления внеучебной и волонтерской деятельности может осуществлять университет в целях развития образовательной инклюзии и инклюзивной культуры?
5. Какими правами и обязанностями обладает студент с ОВЗ во внеучебной и волонтерской деятельности?

Вопросы к зачету

1. Социализация личности. Сущность понятия. Основные проблемы социализации личности. Социализация инвалидов и лиц с ОВЗ.
2. Среда как фактор социализации личности.
3. Человек как объект и субъект социализации личности.
4. Институциональная структура общества. Социальный статус личности. Особенности социального статуса инвалидов и лиц с ОВЗ.
5. Модели семейных отношений и их влияние на социализацию личности.
6. Основные парадигмы воспитания.
7. Особенности социализации личности в школе, ВУЗе. Влияние современной образовательной среды на социализацию инвалидов.
8. Типы отношений со сверстниками и их роль в социализации личности.
9. Аккультурация в социализации личности.
10. Последствия межкультурных контактов и их значимость в социализации личности.
11. Человек как жертва социализации.
12. Теории социализации.
13. Институциональная структура общества.
14. Статусно-ролевые и социальные функции личности.
15. История развития теории социальных ролей в социологии и психологии.
16. Основные сферы жизнедеятельности человека как важнейшие направления социализации личности.
17. Социальная виктимология.
18. Социализация личности и природная среда.
19. Материальное обеспечение инвалидов.
20. Социальное обслуживание инвалидов. Формы социального обслуживания
21. Права инвалидов.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Зачет проходят в устной или письменной формах. Студент выбирает билет с вопросами. Оценка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции. Итоговая оценка выставляется с учетом результатов текущего контроля работы студента в семестрах.

Условия выполнения задания. Тестовые задания

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом. Время выполнения задания – 10 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.

Условия выполнения задания. Проблемные вопросы

Место выполнения задания – подготовка к ответам на вопросы проходит во время ауди-

торной и внеаудиторной самостоятельной работы, в соответствии с тематическим планом.

Время выполнения задания – 30 минут на 1 вопрос.

Условия – теоретически вопросы соответствуют лекционному материалу, при их подготовке используется основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы.