

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Коммуникативные инструменты и PR-сопровождение профессиональной  
деятельности

**Код модуля**  
1158242(0)

**Модуль**  
Эффективные коммуникации

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия, имя, отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Калужная Екатерина Геннадьевна	кандидат педагогических наук, без ученого звания	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

С.А. Иванченко

**Авторы:**

- Калюжная Екатерина Геннадьевна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта

### 1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Коммуникативные инструменты и PR-сопровождение профессиональной деятельности

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	2

### 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Коммуникативные инструменты и PR-сопровождение профессиональной деятельности

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-2 -Способен взаимодействовать с потребителями	З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей З-2 - Выбрать необходимые методики взаимодействия с заинтересованными сторонами П-1 - Разрабатывать модели взаимодействия с целевыми аудиториями	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

### 3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

### 3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.60</b>		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	6,5	100
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.60</b>		
Промежуточная аттестация по лекциям – <b>зачет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.40</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.40</b>		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	6,8	50
<i>контрольная работа</i>	6,12	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1.00</b>		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – <b>нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – <b>нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено</b>		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – <b>нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено</b>		

### 3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– <b>не предусмотрено</b>		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – <b>не предусмотрено</b>		

## 4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

### Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

### Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)		
№	Содержание уровня	Шкала оценивания

п/п	выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

### 5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

#### 5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

#### 5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Коммуникативные инструменты. Возникновение концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций. Определение интегрированных маркетинговых коммуникаций. Сущность интегрированных коммуникаций. Базовые элементы интегрированных коммуникаций. Планирование маркетинговых коммуникаций. Интегрированное использование инструментов маркетинговых коммуникаций.

2. Связи с общественностью. Основные этапы возникновения и развития связей с общественностью. Цели и функции связей с общественностью. Классификация видов PR. Инструменты PR.

3. Реклама. Определение рекламы. Функции рекламы. Социальная реклама: понятие, специфика, история. Реклама в СМИ. Наружная реклама. Реклама на транспорте (транзитная реклама). Интернет-реклама. Сувенирная реклама. Выставки и ярмарки.

4. PR-отдел в коммерческих организациях. Организация работы пресс-службы. Виды агентств в области интегрированных маркетинговых коммуникаций. Структура и

организация ИМК-агентства полного цикла услуг. Успешность коммуникации и коммуникативные навыки.

5. Бренд. Понятие бренда. Основные этапы брендинга. Коммуникационная стратегия управления брендом. Фирменный стиль, его составляющие. Ребрендинг. Рестайлинг. Бренддинг территории. Целевые группы общественности. Этапы формирования бренда территории.

LMS-платформа

1. не предусмотрено

## **5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля**

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

### **Базовый**

#### **5.2.1. Контрольная работа**

Примерный перечень тем

1. Отличия между социальными и маркетинговыми интегрированными коммуникациями.

2. Разработка рекламного сообщения.

3. Структура и организация ИМК-агентства полного цикла услуг.

4. Разработка стратегии управления брендом.

Примерные задания

Тестовые задания:

1. Компромиссный подход к PR-коммуникации рассматривает ее как

- a) деятельность по установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и общественностью
- b) деятельность, направленную на установление компромисса между интересами организации и ее общественности
- c) деятельность, направленную на управление общественным мнением в интересах организации с использованием различных коммуникативных технологий

2. Мониторинг социального окружения является содержанием \_\_\_\_\_ этапа PR-коммуникации

a) первого

b) второго

c) третьего

d) четвёртого

LMS-платформа

1. не предусмотрено

#### **5.2.2. Домашняя работа № 1**

Примерный перечень тем

1. Разработка плана коммуникационной кампании с учетом специфики отрасли гостеприимства.

2. Анализ коммуникационной деятельности гостиницы (отеля) и создание текста для сайта.

3. Формирование бюджета коммуникационной кампании. Способы привлечения инвесторов.

Примерные задания

Для анализа PR деятельности гостиницы (отеля) рассмотреть использование одного из основных средств PR: размещение в СМИ

Представить: пресс-релиз, статью, интервью, экспертные комментарии, блоги и форумы и сюжеты)

LMS-платформа

1. не предусмотрено

### **5.2.3. Домашняя работа № 2**

Примерный перечень тем

1. Корпоративный имидж сервисной организации.
2. Изучение общественного мнения в рамках связей с общественностью.
3. Связи с общественностью в управлении кризисными ситуациями.
4. Принципы современных коммуникаций с основными группами общественности.

Примерные задания

Ситуация:

В некой отдаленной местности, славящейся своей экологией и тишиной, планируется строительство большого отеля. В силу удобного транспортного расположения строительство в данной местности очень выгодно. Однако население (общественность) от данной перспективы далеко не в восторге – планируются коллективные обращения к властям, пикеты, демонстрации и т.п.

В дело вступают корпоративные специалисты по связям с общественностью.

Разработать пошаговую программу PR-кампании для достижения компромисса интересов организации и общественности.

LMS-платформа

1. не предусмотрено

## **5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля**

### **5.3.1. Зачет**

Список примерных вопросов

1. Возникновение концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций.
2. Определение интегрированных маркетинговых коммуникаций.
3. Сущность интегрированных коммуникаций.
4. Базовые элементы интегрированных коммуникаций.
5. Планирование маркетинговых коммуникаций.
6. Интегрированное использование инструментов маркетинговых коммуникаций.
7. Основные этапы возникновения и развития связей с общественностью.



8. Цели и функции связей с общественностью.
  9. Классификация видов PR.
  10. Инструменты PR.
  11. Определение рекламы.
  12. Функции рекламы.
  13. Социальная реклама: понятие, специфика, история.
  14. Реклама в СМИ.
  15. Наружная реклама.
  16. Реклама на транспорте (транзитная реклама).
  17. Интернет-реклама.
  18. Сувенирная реклама.
  19. Выставки и ярмарки.
  20. Виды агентств в области интегрированных маркетинговых коммуникаций.
  21. Структура и организация ИМК-агентства полного цикла услуг.
  22. Успешность коммуникации и коммуникативные навыки.
  23. Основные этапы брендинга.
  24. Коммуникационная стратегия управления брендом.
  25. Фирменный стиль, его составляющие.
  26. Ребрендинг. Рестайлинг.
  27. Брендинг территории. Целевые группы общественности. Этапы формирования бренда территории.
- LMS-платформа
1. не предусмотрено

#### 5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-2	П-1	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия