

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Интегрированные коммуникации в профессиональной деятельности

**Код модуля**  
1157672(1)

**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	Киселева Наталья Алексеевна	кандидат педагогических наук, без ученого звания	Доцент	сервиса и оздоровительных технологий

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

С.А. Иванченко

**Авторы:**

## 1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Интегрированные коммуникации в 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	2
		Домашняя работа	2

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Интегрированные коммуникации в 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
ОПК-6 -Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	Д-2 - Проявлять коммуникативные умения З-3 - Описать принципы, каналы и формы получения обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях П-2 - Составлять план мероприятий по формированию и поддержанию профессиональной культуры У-2 - Самостоятельно выбирать каналы и формы получения обратной связи о своей профессиональной деятельности	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 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 – 0.6</b>		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	6,6.2	50
<i>домашняя работа</i>	6,6.7	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.6</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – зачет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.4</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.4</b>		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	6,6.15	60
<i>домашняя работа</i>	6,6.11	40
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – 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>		
<b>Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – 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>
<b>Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –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

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

<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам</b>
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

<b>Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)</b>				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристи ка 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	Неудовлетворитель но (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. Понятие интегрированных коммуникаций, их управленческая сущность. Социологическое обеспечение интегрированных коммуникаций.
2. Реклама в системе интегрированных коммуникаций.
3. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций.
4. Коммуникации в рекламе и связях с общественностью.
5. Управление информационным потоком в современных коммуникациях
6. Интегрированные технологии продвижения во внешних и внутренних коммуникативных пространствах.

7. Российские PR-организации: история, цели, задачи создания, особенности деятельности. PR и Интернет.

Примерные задания

Решения ситуационных задач.

Примерные вопросы:

Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса.

История возникновения, становления и развития PR в США и Европе.

История становления и развития PR в России.

Используя различные примеры, проанализируйте какие товары и как продвигаются через коммерческую рекламу?

LMS-платформа

1. Не предусмотрена

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

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

### **Базовый**

#### **5.2.1. Контрольная работа № 1**

Примерный перечень тем

1. Логика построения коммуникативной стратегии. Модульные технологии в реализации ИК-проектов.

2. Разработка рабочего плана мероприятий. Планирование бюджета ИК-кампании.

3. Составление медиа-карты печатных изданий сервисной сферы.

Примерные задания

Выберите одну из широко обсуждаемых в СМИ тем (на основе материалов 5 – 6 газет или журналов, Интернет источников за последнюю неделю).

Подготовьте экспресс-информацию.

Сделайте устное сообщение по выбранной теме в виде выступления, газеты, пресс-релиза, «с глазу на глаз».

Составить медиа-карту печатных изданий сервисной сферы.

Спроектировать мероприятия и коммуникации, способные осуществить PR-поддержку давно существующей предприятия (учреждения) в сервисной деятельности, PR-поддержку нового продукта.

LMS-платформа

1. Не предусмотрена

#### **5.2.2. Контрольная работа № 2**

Примерный перечень тем

1. Разработка и проведение рекламной и PR-кампании.

2. Основные принципы и этапы разработки и проведения комплексных рекламных кампаний.

3. Реклама как главный инструмент продвижения компании.

Примерные задания

Контрольная работа проводится в форме тестирования:

1. Рекламе соответствует определение:

- 1) Это формирование осведомленности и знания о новом товаре;
- 2) Это распространяемая в любой форме информация о лице, товарах, услугах, идеях или общественном движении, оплаченная рекламодателем с целью привлечения внимания к объекту рекламирования;
- 3) Это комплекс взаимосвязанных рекламных мероприятий, охватывающих определенный период времени и направленных на достижение рекламодателем конкретной маркетинговой цели;
- 4) Это демонстрирование потенциальному покупателю товара в процессе его эксплуатации, употребления;
- 5) Это намеренное использование информации с целью создания у аудитории определенного образа.

2. Основными чертами рекламы является:

- 1) Бесплатность;
- 2) Опосредованность;
- 3) Разнонаправленность;
- 4) Персонифицированность;
- 5) Отсутствие основной темы.

3. Реклама, информирующая покупателя о продукции рекламодателя и/или стимулирующая рынок – это:

- 1) социальная реклама;
- 2) политическая реклама;
- 3) коммерческая реклама;
- 4) напоминающая реклама.

LMS-платформа

1. Не предусмотрена

### **5.2.3. Домашняя работа № 1**

Примерный перечень тем

1. 1. Документационное обеспечение коммуникационного процесса. Правовая защита брендов.
2. Исследования в рекламных и PR-коммуникациях.
3. "Пиар-отдел" в организации в сфере сервиса.

Примерные задания

"Написание материалов или организация специальных мероприятий в сервисном бизнесе с целью привлечения внимания средств информации и обеспечения общественной заметности".

О чем идет речь?

На основании анализа корпоративного сайта (на выбор студента) предложить свою модель развития Пиар-деятельности в данной организации. Обосновать или отвергнуть необходимость создания внутреннего Пиар-отдела, представить основные направления Пиар-деятельности организации. Разработать план Пиар-мероприятий.

LMS-платформа

1. Не предусмотрена

#### **5.2.4. Домашняя работа № 2**

Примерный перечень тем

1. Общие подходы и принципы проведения исследований в рекламе и маркетинге.
2. Тестирование рекламного продукта и описание процесса оценки результативности рекламной кампании.

Примерные задания

Задание № 1

Согласно результатам классического рекламного исследования, «волшебными словами» любого рекламного материала являются:

новый; сегодня; уникальный; бесплатно; удивительный; распродажа; особый; впервые и др..

Разработайте по два синонима к каждому «волшебному слову».

Задание № 2

Исходя из аспектов психологической задачи рекламы, разработайте коммерческий сюжет какого-либо рекламного ролика или рекламного принта на любую тему для предприятия в сфере сервиса сервиса.

LMS-платформа

1. Не предусмотрена

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

#### **5.3.1. Зачет**

Список примерных вопросов

1. Основные составляющие процесса коммуникации.
2. Основные составляющие процесса коммуникации.
3. Основные составляющие процесса коммуникации.
4. Особенности каналов информации и специфика работы с информацией в журналистике, PR, рекламе.
5. Управленческие функции PR, отличия маркетинга и PR.
6. Особенности восприятия информации.
7. Феномен общественного мнения.
8. PR-технологии: модель «лидеры мнений»; диффузная модель.
9. PR-технологии: теория изменения мнений; коммуникативные модели.
10. Информационное пространство и медиа рынок в коммуникационной среде.
11. Информация как важнейший элемент медиаэкономики.
12. Критерии выбора СМИ в качестве каналов коммуникации.

13. Критерии выбора СМИ в качестве каналов коммуникации.
  14. Компоненты успешного позиционирования и роль рекламно-маркетинговых коммуникаций в решении бизнес-задач.
  15. Интернет как современная коммуникационная среда.
  16. Особенности интернет-коммуникаций. Достоинства и недостатки онлайн-СМИ. Типология интернет сайтов, их классификация по функциям и свойствам.
  17. Средства массовой коммуникации в рекламе и связях с общественностью.
  18. Креатив и современные технологии производства информационных материалов по рекламе и связям с общественностью.
  19. Производственная цепочка и участники рынка рекламы и связей с общественностью.
  20. Процесс разработки и производства информационных материалов по рекламе и связям с общественностью.
  21. Интегрированные кампании и стратегии в рекламе и связях с общественностью.
  22. Разработка и проведение рекламной и PR-кампании.
  23. Исследования в рекламных и PR-коммуникациях.
  24. Понятие корпорации. Корпоративная репутация как паблиситный капитал компании.
  25. Конструирование корпоративного имиджа. Корпоративная философия и миссия организации.
  26. Цели и функции и процедуры разработки миссии.
  27. Репутация и взаимодействия с партнерами.
  28. Репутация и взаимодействия с конкурентами.
  29. Позиционирование компании на рынке. Функции и роли корпоративного позиционирования.
  30. Инструменты интегрированных коммуникаций, ATL-реклама, BTL-реклама.
  31. Типология социальных компаний: спонсоринг, фандрайзинг, благотворительность, попечительство.
  32. Коммуникационные технологии работы с персоналом.
  33. Креативные технологии в интегрированных коммуникациях.
- LMS-платформа
1. Не предусмотрена

#### 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	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ОПК-6	З-3 П-2	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная

					работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия
--	--	--	--	--	--